

15–17-vuotiaat nuoret sosiaalisessa mediassa

Helsingin yliopisto
Kasvatustieteellinen tiedekunta
Luokanopettajan opintosuunta
Pro gradu -tutkielma
Kasvatustiede
Toukokuu 2018
Jade Luna Saarinen

Ohjaaja: Riitta Jyrhämä



Tiedekunta - Fakultet - Faculty Kasvatustieteellinen		
Tekijä - Författare - Author Jade Luna Saarinen		
Työn nimi - Arbetets titel 15–17-vuotiaat nuoret sosiaalisessa mediassa		
Title 15 to 17 year old teenagers on social media		
Oppiaine - Läroämne - Subject Kasvatustiede		
Työn laji/ Ohjaaja - Arbetets art/Handledare - Level/Instructor Pro gradu -tutkielma / Riitta Jyrhämä	Aika - Datum - Month and year Toukokuu 2018	Sivumäärä - Sidoantal - Number of pages 84 s + 1 liite.
Tiivistelmä - Referat - Abstract <p>Tavoitteet. Tutkimukseni tavoitteena oli tutustua 15–17-vuotiaiden suomalaisnuorten sosiaalisen median käyttöön ja sen vaikutuksiin heidän näkökulmastaan. Aikaisemmat tutkimukset ovat osoittaneet, että keskiverto suomalaisnuori käyttää sosiaalista mediaa noin 15 tuntia viikossa. Lisäksi sosiaalisella medialla on tutkittu olevan vaikutusta itsetuntoon. Sosiaalinen media ja sen vaikutukset nuoriin valikoitui tutkimuskohteeksi, koska sosiaalinen media on ilmiönä vielä melko tuore ja siksi sen vaikutuksiin keskittyvää suomalaistutkimusta on hyvin vähän. Tutkimustehtävänäni on selvittää minkälaisia sosiaalisen median käyttäjiä nuoret ovat sekä millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa heidän kokemuksiin itsestä.</p> <p>Menetelmät. Tutkimus oli laadullinen tutkimus, johon osallistui 45 15–17-vuotiaasta nuorta. Tutkimusaineisto kerättiin sosiaalisen median kautta jaetulla verkkokyselylomakkeella, joka sisälsi pääasiassa avoimia kysymyksiä. Aineisto analysoitiin laadullisella aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä.</p> <p>Tulokset ja johtopäätökset. Suurin osa nuorista käytti sosiaalista mediaa päivittäin 3–4 tuntia tai yli. Sosiaalista mediaa käytettiin muun muassa viihteeseen, tiedonhankintaan, yhteydenpitoon, ajankohtaisiin asioihin, oman elämän jakamiseen sekä inspiraation etsimiseen. Sosiaalisessa mediassa kiusaamista oli kokenut vähän alle puolet nuorista. Ulkonäön merkitys sosiaalisessa mediassa nousi keskeiseksi. Sosiaalinen media loi nuorille ulkonäköihanteita, asetti heitä arvostelun kohteiksi, antoi vääristettyä kuvaa todellisuudesta sekä sieltä haettiin hyväksyntää ulkonäön keinoin. 31 nuorta oli saanut sosiaalisessa mediassa positiivisia kommentteja koskien ulkonäköä ja 13 puolestaan negatiivisia kommentteja. Kommentit vaikuttivat muun muassa nuorten itsetuntoon, mielialaan ja tunteisiin. Nuorilla oli sosiaalisessa mediassa myös samastumisen ja ihailun kohteita, kuten videobloggaajat, artistit, mallit ja omat kaverit, joilta saatiin vaikutteita omaan elämään. Nuoret kokivat sosiaalisella medialla olevan monia positiivisia ja negatiivisia vaikutuksia heidän elämäänsä. Positiivisia olivat muun muassa itsetunnon kohoaminen, rohkeampi mielipiteiden esilletuominen, yhteydenpitomahdollisuudet sekä inspiraation, motivaation ja tiedonlähteenä toimiminen. Negatiivisia vaikutuksia olivat muun muassa liika ajan vieminen, ilkeät ihmiset, paineiden luominen, fyysisen kunnon ja yöunien huonontuminen, minäkuvan vääristäminen sekä tarve olla aina tavoitettavissa. Tuloksista selviää, että sosiaalisella medialla on kokonaisvaltainen vaikutus nuorten elämään ja heidän kokemuksiinsa itsestä.</p>		
Avainsanat - Nyckelord sosiaalinen media, nuoret, minäkuva, minäkäsitys, itsetunto		
Keywords social media, the young, self-image, self-concept, self-esteem		
Säilytyspaikka - Förvaringsställe - Where deposited Helsingin yliopiston kirjasto – Helda / E-thesis (opinnäytteet)		



Tiedekunta - Fakultet - Faculty Educational Sciences		
Tekijä - Författare - Author Jade Luna Saarinen		
Työn nimi - Arbetets titel 15–17-vuotiaat nuoret sosiaalisessa mediassa		
Title 15 to 17 year old teenagers on social media		
Oppiaine - Läroämne - Subject Education		
Työn laji/ Ohjaaja - Arbetets art/Handledare - Level/Instructor Master's Thesis / Riitta Jyrhämä	Aika - Datum - Month and year May 2018	Sivumäärä - Sidoantal - Number of pages 84 pp. + 1 appendix.
<p>Tiivistelmä - Referat - Abstract</p> <p>Aims. The aim of my research was to study the use of social media of 15–17 year old Finnish teenagers and what effects social media has on them. Earlier studies have shown that an average Finnish teenager uses social media approximately 15 hours during a week. It has also been studied that the social media has an effect on self-esteem. I chose social media and its effects on teenagers as my research subject because as a phenomenon the social media is rather young, which is why there has not been done many Finnish studies focusing on the teenagers' social media use.</p> <p>My research assignment is to find out what kind of social media users teenagers are and what kind of effects social media has on their self experiences.</p> <p>Methods. The study was qualitative and 45 teenagers from age 15 to 17 participated in it. The data was collected with an internet questionnaire which was shared through social media, and it contained mainly open questions. The data was analysed by using qualitative data-based content analysis.</p> <p>Results and conclusions. Most of the teenagers used social media 3–4 hours daily or more. It was used for entertainment, for finding information, communication, current affairs, sharing one's own life experiences and for finding inspiration, among other things. Almost half of the teenagers were bullied over social media. Appearance was also essential in the social media. Social media created ideals for appearance for teenagers and set them under critique, gave them false image of reality and made the teenagers look for the acceptance through outlooks. 31 of them had gotten positive comments on their appearance from social media and 13 had gotten negative comments. Those comments had an impact on the teenagers' self-esteem, mood and feelings. Teenagers had also objects of identification and admiration in social media, such as videobloggers, artists, models and their own friends, and they were influenced by them. They felt that social media had many positive and negative effects on their lives. Positive effects were the rise of self-esteem, being more brave in expressing one's own opinion, the possibilities of keeping in touch with other people and being the source of inspiration, motivation and information, among other things. The negative effects were the social media taking too much time and creating pressure, its bad effect on physical condition and sleep, distortion of self-image, the mean people and the need to be always within reach, among other things. The results of this study implicate that the social media has a comprehensive effect on the lives of the teenagers and their self experiences.</p>		
Avainsanat - Nyckelord sosiaalinen media, nuoret, minäkuva, minäkäsitys, itsetunto		
Keywords social media, the young, self-image, self-concept, self-esteem		
Säilytyspaikka - Förvaringsställe - Where deposited Helsinki University Library – Helda / E-thesis (theses)		

Sisällys

1	JOHDANTO.....	1
2	KOKEMUS ITSESTÄ	4
2.1	Minä	4
2.1.1	Minäkuva	4
2.1.2	Ihanneminä, yksityinen minä ja sosiaalinen minä.....	6
2.1.3	Minän kehitys.....	7
2.1.4	Samastuminen ja identiteetti osana minää	8
2.2	Itsetunto	8
2.2.1	Hyvä itsetunto	9
2.2.2	Itsetunnon erilaiset alueet.....	10
2.3	Kiusaaminen ja sen vaikutukset	11
3	SOSIAALINEN MEDIA	13
3.1	Sosiaalisen median määritelmä.....	13
3.2	Lapset ja nuoret sosiaalisessa mediassa	14
3.3	Sosiaalinen media ja nuoren kokemus itsestä	16
3.4	Sosiaalisen median sivustot ja sovellukset.....	17
4	TUTKIMUSTEHTÄVÄ JA TUTKIMUSKYSYMYKSET	20
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	21
5.1	Tutkimusstrategiana kvalitatiivinen tutkimus	21
5.2	Fenomenologinen tutkimus	22
5.3	Tutkimukseen osallistujat	23
5.4	Verkkokysely aineistonkeruumenetelmänä	24
5.5	Aineiston analyysimenetelmät	26
6	TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN TULKINTAA.....	30
6.1	Nuoret sosiaalisen median käyttäjinä	30
6.1.1	Käytetyimmät sivustot ja sovellukset	30
6.1.2	Suosikkisivustot ja -sovellukset	32
6.1.3	Nuorten sosiaalisessa mediassa käyttämä aika	35
6.1.4	Nuorten sosiaalisen median käyttötavat	36
6.1.5	Nuorten julkaisema sisältö sosiaalisessa mediassa	39

6.2	Sosiaalisen median vaikutus nuorten kokemuksiin itsestä.....	41
6.2.1	Kiusaaminen sosiaalisessa mediassa	41
6.2.2	Sosiaalisen median merkitys sosiaalisten suhteiden ja kiinnostuksen kohteiden ylläpitoon	44
6.2.3	Ulkonäölle annettu merkitys sosiaalisessa mediassa ja sen vaikutus nuorten kokemuksiin itsestä	48
6.2.4	Sosiaalisessa mediassa saadun ulkonäköä koskevan palautteen vaikutus.....	51
6.2.5	Tykkäysten ja kommenttien merkitys.....	55
6.2.6	Käytöksen ja olemuksen muuttuminen sosiaalisessa mediassa	57
6.2.7	Samastumisen ja ihailun kohteet sosiaalisessa mediassa	59
6.2.8	Sosiaalisen median positiiviset vaikutukset.....	63
6.2.9	Sosiaalisen median negatiiviset vaikutukset.....	66
6.3	Yhteenveto tuloksista	69
6.3.1	15–17-vuotiaat nuoret sosiaalisen median käyttäjinä	69
6.3.2	Sosiaalisen median vaikutukset nuorten kokemuksiin itsestä ...	70
7	LUOTETTAVUUS.....	73
7.1	Aineistonkeruumenetelmän luotettavuus.....	74
7.2	Vastausten luotettavuuden arviointi.....	74
7.3	Tutkimuksen eettisyys	76
7.4	Tutkimuksen läpinäkyvyys.....	77
8	POHDINTAA	78
	LÄHTEET	81
	LIITTEET	1

TAULUKOT

Taulukko 1. Vastaajien sukupuoli ja ikä	23
Taulukko 2. Vastaajien asuinpaikat maakunnittain	24
Taulukko 3. Esimerkki aineiston pelkistämisestä	27
Taulukko 4. Esimerkki pelkistettyjen ilmausten muuttamisesta alaluokiksi.....	28
Taulukko 5. Esimerkki alaluokkien yhdistämisestä yläluokiksi.....	29

KUVIOT

Kuvio 1. Käytetyimmät sosiaalisen median sivustot ja sovellukset	32
Kuvio 2. Nuorten käyttämät sosiaalisen median suosikkisivustot ja -sovellukset	33
Kuvio 3. Sosiaalisen median suosikkisivustojen ja -sovellusten käyttösytyt	35
Kuvio 4. Nuorten sosiaalisessa mediassa päivittäin käyttämä aika	36
Kuvio 5. Nuorten sosiaalisen median käyttötavat	38
Kuvio 6. Nuorten sosiaalisessa mediassa julkaiseman sisällön aiheet.....	40
Kuvio 7. Nuorten kokemus kiusaaminen sosiaalisessa mediassa.....	43
Kuvio 8. Sosiaalisen median merkitys nuorten sosiaalisten suhteiden ja kiinnostuksen kohteiden ylläpitoon	46
Kuvio 9. Ulkonäölle annettu merkitys sosiaalisessa mediassa ja sen vaikutus nuorten kokemuksiin itsestä	51
Kuvio 10. Sosiaalisessa mediassa saadun ulkonäköä koskevan positiivisen palautteen vaikutukset	53
Kuvio 11. Sosiaalisessa mediassa saadun ulkonäköä koskevan negatiivisen palautteen vaikutukset ja reaktiot	55
Kuvio 12. Käytöksen ja olemuksen muutos sosiaalisessa mediassa	58
Kuvio 13. Nuorten ihailun ja samastumisen kohteet sosiaalisessa mediassa ..	60
Kuvio 14. Nuorten ottamat vaikutteet sosiaalisessa mediassa ihailemiltaan henkilöiltä	62
Kuvio 15. Sosiaalisen median positiiviset vaikutukset nuoriin	65
Kuvio 16. Sosiaalisen median negatiiviset vaikutukset nuoriin	68

1 Johdanto

Se miten nuori kokee itsensä, vaikuttaa häneen, hänen toimintaansa, oppimiseensa ja ajatteluunsa kokonaisvaltaisesti. Tämä heijastuu esimerkiksi siihen, miten nuori toimii kouluympäristössä. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 16, 179–185; Burns, 1982, s. v.) On tutkittu että negatiivinen käsitys itsestä on yksi selittävä tekijä muun muassa huonon käytöksen, heikon motivaation, koulussa alisuoriutumisen ja koulumaailmasta irtautumisen yhteydessä (Burns, 1982, s. v). Minäkuvan yksi osa-alue on ihmisen ruumiinkuva eli käsitys omasta fyysisestä itsestä. On todistettu että kehoa koskevalla positiivisella palautteella on selkeä yhteys ihmisen minäkuvan positiivisuuteen ja kehoa koskevalla negatiivisella palautteella on puolestaan vaikutus minäkuvan negatiiviseen arvioon. (Burns, 1979, s. 148–158; Burns, 1982, s. 51.) Sosiaalisen median kulttuurissa ulkonäön merkitys on korostunut ja tällöin minäkuvan visuaalinen eli ulkonäköön liittyvä puoli on muita ominaisuuksia enemmän esillä. Jos nuori hakee huomiota ja hyväksyntää ulkonäön ja sosiaalisen median kautta, on vaarana minäkuvan kapeneminen, koska tällöin hänen muu osaamisensa sekä kykynsä jäävät varjoon. (Pölkki & Vähäsarja, 2013.)

Tavallinen suomalainen nuori käyttää internetiä 21–30 tuntia viikossa, mistä noin 15 tuntia hän viettää sosiaalisessa mediassa (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016). Tutkimusten mukaan yksi tärkeimmistä syistä, miksi nuoret käyttävät sosiaalista mediaa, ovat kommentit ja tykkäykset, joita he saavat sosiaalisessa mediassa julkaisemaansa sisältöön, kuten kuviin ja tilapäivityksiin. Toisilta sosiaalisen median käyttäjiltä saadulla positiivisella palautteella on mieltä ja itsetuntoa kohottava vaikutus, ja nuoret ovatkin oppineet julkaisemaan tästä syystä pääasiassa iloisia, kauniita sekä positiivisia kuvia ja tilapäivityksiä, koska niiden tiedetään saavan enemmän tykkäyksiä ja kommentteja. (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016; Aarnio & Multisilta, 2011; Valkenburg, Peter & Schouten, 2006; Noppari, 2014, s. 84; Ridell, 2011, s. 144–145.) On siis selvää, että suomalaisnuoret viettävät paljon aikaa sosiaalisessa mediassa, ja että sillä on yhteyksiä

heidän kokemuksiinsa itsestä. Tämä aihe on kuitenkin vielä erittäin vähän tutkitu Suomessa, minkä vuoksi haluankin täyttää tämän aukon tutkimuskentällä.

Tarkoitukseni on tutkia sitä, millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa nuorten kokemuksiin omasta itsestä. Tässä yhteydessä tarkastelen muun muassa minän, minäkuvan, minäkäsityksen ja itsetunnon käsitteitä, jotka ovat osittain päällekkäisiä termejä. Tutkimukseni toinen tarkoitus on selvittää, minkälaisia sosiaalisen median käyttäjiä nuoret ovat.

Idea ja kiinnostus tutkimusaiheeseeni heräsi, kun seurasin erään tutun lapsen sosiaalisen median käyttöä. Hän jakoi elämäänsä jatkuvasti kavereilleen Snapchat-sovelluksen kautta ja yhtenä tämän lapsen ja hänen kavereidensa viestiketjun aiheena oli arvosanan ja mielipiteen antaminen toisen ulkonäölle lähetettyjen kuvien perusteella. Tämä sai minut myös pohtimaan omaa suhdettani sosiaaliseen mediaan. Huomasin ajattelevani paljon sitä, mitä muut minusta ajattelevat aina, kun lisäsin uuden kuvan sosiaaliseen mediaan. Jos kuvani sai paljon tykkäyksiä, se selkeästi tuntui vaikuttavan mielialaani ja itsetuntooni kohottavasti ja päinvastoin, jos kuva ei saanut paljon tykkäyksiä. Jos sosiaalisella medialla on jo aikuiseen tällainen vaikutus, minulle heräsi kysymys siitä, millainen vaikutus esimerkiksi ulkonäön arvostelulla sosiaalisessa mediassa on lapsiin ja nuoriin, joiden minäkuva on vielä kehittymässä.

Haluan painottaa tutkimuksessani muutamaa asiaa, joilla se erottuu aiemmin tehdyistä tutkimuksista. Ensinnäkin haluan rajata tutkimuksen koko median sijasta tarkemmin sosiaaliseen mediaan, koska sen ollessa tuoreempi ilmiö, on sitä tutkittu vielä hyvin vähän etenkin Suomessa. Toiseksi haluan rajata tutkimuskohteeksi 15–17-vuotiaat suomalaisnuoret, koska Suomessa tehty sosiaalisen median tutkimus on pääasiassa painottunut varhaisaikuisiin ja aikuisiin tai sitten koko median käsitteen kattaviin tutkimuksiin lasten ja nuorten osalta. (Ks. ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016; Merikivi, Myllyniemi & Salasuo, 2016; Noppari, 2014; Aarnio & Multisilta, 2011.) Kolmanneksi edellä mainitut Suomessa tehdyt tutkimukset sosiaalisesta mediasta sivuavat melko lyhyesti teemoja, jotka liittyvät nuorten kokemuksiin itsestä, kuten internetkiusaaminen ja saatu palaute itsestä, mutta eivät varsinaisesti keski-

ty laajemmin tarkastelemaan kyseistä aihetta. Näistä syistä näen tutkimukselleni erityisen tarpeen. Toteutan tutkimukseni keräämällä aineiston sosiaalisen median kautta verkkokyselylomakkeella 15–17-vuotiailta suomalaisnuorilta ja analysoimalla aineiston laadullisella aineistolähtöisellä sisällönanalyysilla.

2 Kokemus itsestä

Minäkuva, minäkäsitys ja itsetunto ovat osittain päällekkäisiä käsitteitä ja usein etenkin minäkuva ja minäkäsitystä käytetään toistensa synonyymeina (Aho, 1996, s. 9). Burns toteaa että minän itseään kuvailevaa puolta voidaan kutsua minäkuvaksi ja itseään arvioivaa puolta itsetunnoksi (Burns, 1982, s. 1). Myös Keltikangas-Järvinen toteaa itsetunnon olevan minäkuvan osa (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 97). Minään liittyviä käsitteitä ovat ”persoonallisuus, minä, identiteetti, minäkäsitys, minäkuva, itsearvostus, itsevarmuus, itsensä tiedostaminen, itseluottamus ja itsetunto” (Aho & Laine, 1997, s. 16). Aho ja Laine kirjoittavat tutkijoilla olevan eriäviä näkemyksiä siitä, ovatko nämä käsitteet toistensa synonyymeja vai erillisiä käsitteitä. He ovat kuitenkin sitä mieltä, että termeillä identiteetti, minä, minäkuva, minäkäsitys ja itsetunto on yhteinen lähtöolettaamus. Ne sisältävät kolme prosessia: itsensä tuntemuksen, itsensä tiedostamisen ja itsensä arvostamisen. Eri käsitteissä painottuu kuitenkin erilailla näiden kolmen prosessin tärkeys. (Aho & Laine, 1997, s. 16.) Minään liittyvien käsitteiden osittaisesta päällekkäisyydestä ja tutkijoiden eriävistä näkemyksistä johtuen käytän tutkimuksessani käsitettä kokemus itsestä, joka sisältää minän, minäkuvan, minäkäsityksen ja itsetunnon käsitteet.

2.1 Minä

2.1.1 Minäkuva

Minä on ihmisen oma kokemus persoonastaan. Minäkuva on kokonaisuus, joka rakentuu ihmisen arvioista ja uskomuksista itsestään eli sillä tarkoitetaan toimintoja, ominaisuuksia ja päämääriä, joiden avulla ihminen kuvaa itseään. Minäkuva on suhteellisen pysyvä käsitys itsestä, jolloin hetkittäisillä mielialavaihteluilla ei ole vaikutusta minäkuvaan. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 30, 98; Burns, 1982, s. 1–31.) Ahon mukaan ihminen käyttäytyy ja ajattelee sen mukaan, millainen käsitys hänellä on itsestään sen sijaan, että hän toimisi todellisten kykyjen ja ominaisuuksiensa mukaan (Aho, 1996, s. 11).

Minäkuva rakentuu Burnsin mukaan useista eri käsityksistä itsestä ja se kehittyy läpi elämän. Oleellista minäkuvan syntymiselle on se, että lapsi oppii erottamaan itsensä muista esineistä ja ihmisistä eli tarkastelemaan itseään ulkopuolisen silmin sekä toimijana että toiminnan kohteena. Lapsen on tiedostettava muiden näkökulmat sekä toisten tekemät arviot hänestä itsestään. Burns puhuu viidestä tärkeästä minäkuvan lähteestä, joiden tärkeys vaihtelee elämän vaiheen mukaan. Nämä viisi lähdettä ovat: 1. ruumiinkuva, johon sisältyy arvio omasta fyysisestä itsestä erillisenä kohteena, 2. kieli eli kyky sanallistaa ja käsitteellistää asioita, 3. ympäristöltä saatu tulkittu palaute siitä, kuinka itselle merkitykselliset ihmiset näkevät henkilön ja mikä on hänen paikkansa suhteessa yhteiskunnan arvoihin ja normeihin, 4. samastuminen sopivaan sukupuolirooliin ja stereotyyppiin sekä 5. kasvatuskäytännöt. (Burns, 1979, s. 148–150.)

Ihmisen ruumiinkuva eli käsitys omasta fyysisestä itsestä on siis osa minäkuva. Burns toteaa. Ihmisen fyysiseen minäkuvaan vaikuttaa paljon muiden mielipiteet ja kuvailut hänen ulkonäöstään. Minäkuvan kaikista puolista fyysinen minäkuva on eniten alttiina sekä itsen että toisten tekemille arvioille, koska keho on ihmisen näkyvin ja aistituin osa. Burns pitääkin kehoa erittäin oleellisena osana ihmisen minäkuva. Esimerkiksi ihmisen kehon mittasuhteet, paino, pituus ja ihonväri ovat asioita, jotka vaikuttavat tätä kautta ihmisen itseään koskeviin asenteisiin sekä itsensä hyväksymiseen ja riittävyden tunteisiin. (Burns, 1979, s. 150–158.) Burnsin mukaan Jourard ja Secord pystyivät tutkimussarjassaan todistamaan, että kehoa koskevalla positiivisella palautteella, niin muilta tulevana, että omana arviona, on selkeä vaikutus ihmisen minäkuvan positiivisuuteen. Negatiivisella palautteella koskien kehoa on puolestaan selvä vaikutus minäkuvan negatiivisuuteen. (Burns, 1982, s. 51.) Ruumiinkuva rakentuu Burnsin mukaan neljästä osasta: 1. henkilön oma subjektiivinen näkemys toimintakyvystään ja ulkonäöstään, 2. ihmisen omista henkilökohtaisista ja tunnekokemuksista nouseva sisäistetty psykologinen tekijä, 3. sosiaaliset tekijät eli kuinka yhteisö ja vanhemmat reagoivat henkilöön sekä nuoren oma tulkinta näistä reaktioista ja 4. ihanne ruumiinkuva, joka muodostuu henkilön asennoitumisesta omaa kehoaan kohtaan. Tämä asennoituminen pohjautuu nuoren kokemuksiin, vertailuihin, käsityksiin ja samastumiseen toisten kehojen kanssa. (Burns, 1982, s. 52.)

Kieli liittyy minäkuvan kehittymiseen siten, että kielen avulla ihminen pystyy erottamaan itsensä sanallisesti muista, sekä ymmärtämään muilta saatua palautetta itsestä. Kielen ja ruumiinkuvan lisäksi Burns pitää minäkuvan kehittymisen kannalta erittäin tärkeänä itselle merkityksellisiltä ihmisiltä saatua palautetta. Lapsuudessa tämä minäkuvalle tärkeä palaute saadaan yleensä vanhemmilta, kun taas lapsuuden jälkeen nuoruutta ja aikuisuutta kohti mentäessä tärkein palaute tulee vertaistovereilta. Jokainen hyväksynnän tai paheksunnan, rakkauden tai hylkäämisen kokemus toisilta ihmisiltä saa ihmisen tarkastelemaan käyttäytymistään ja itseään samalla tavalla. (Burns, 1979, s. 158–183.)

2.1.2 Ihanneminä, yksityinen minä ja sosiaalinen minä

Minä voidaan jakaa erilaisiin osiin Keltikangas-Järvisen mukaan. Nämä kolme osaa ovat ihanneminä, yksityinen minä ja sosiaalinen minä. Ihanneminällä tarkoitetaan sitä, millaisia ominaisuuksia ja luonteenpiirteitä ihminen ihannoit, mutta joita hän ei kuitenkaan omista. Ihanneminä on ikään kuin yksilön tavoite, jonka hän yrittää saavuttaa elämässään. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 99.)

Yksityinen minä syntyy lapsuudessa silloin, kun lapsi tiedostaa, että hänessä on jotain sellaista, jonka vain hän itse tietää. Yksilön ajatukset, pelot, unelmat ja toiveet ovat henkilökohtaisia. Kun lapselle kehittyy havainto siitä, että hänen ajatukset ovat hänen omiaan, seuraa tätä havaintoa tunteet minuudesta sekä psyykkisestä itsenäisyydestä ja riippumattomuudesta. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 98.)

Lapsen tiedostaessa olevansa jonkin ryhmän tai yhteisön jäsen, syntyy Keltikangas-Järvisen mukaan sosiaalinen minä. Ihmisellä on useampi sosiaalinen minä ja hän näkee itsensä aina erilailla sen mukaan, missä ryhmässä hän kulloinkin toimii. Esimerkiksi ihminen kuvailee itseään perheenäitinä erilailla, kuin hän kuvaisi itseään työyhteisön jäsenenä. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 99.)

2.1.3 Minän kehitys

Minä kehittyy ihmiselle syntymän jälkeen sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Jo varhaisessa iässä, ihmisen kolmen ensimmäisen ikävuoden aikana, hänelle kehittyy psykologisen minän perusrakenteet. Minän syntymisen ensimmäinen vaihe on kehonkaavan muodostuminen eli kun tietoisuus omasta kehosta syntyy. Tämän jälkeen kieli alkaa kehittymään ja lapsi alkaa ilmaisemaan muille varhaisista minäkäsitystään osoittamalla mitkä kuvaukset häneen sopivat ja mitkä eivät. Tämän jälkeen lapsi näyttää tuntevansa tapahtumahistoriansa sekä omat toiveensa ja kykynsä. Tämän kehitysvaiheen päätös on se, että lapsi pystyy näkemään itsensä samanlaisena, kuin toiset ihmiset näkevät hänet. Myöhemmissä vaiheissa minä lähtee eriytymään erilaisten kokemusten kautta ja yksilöllinen minä saavutetaan varhaisaikuisuudessa. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 100–111.)

Murrosiässä minäkuvan muutokset ovat Keltikangas-Järvisen mukaan selvästi havaittavissa. Näitä tapahtumia on ollut myös helpompi tutkia, koska murrosikäinen nuori osaa paremmin kertoa muutoksista, kuin pienempi lapsi. Esimurrosikäisen ja murrosikäisen ero on huomattava heidän kuvauksissa itsestään: esimurrosikäinen kuvaa itseään konkreettisesti, mitä hänelle on tapahtunut tai mitä hän on tehnyt, kun taas murrosikäinen kuvailee itseään psyykkisten piirteiden keinoin. Kun murrosikäistä pyydetään kuvaamaan itseään, hän ymmärtää, että tarkoitetaan yksityistä minää ja hän kuvaakin itseään esimerkiksi mielialojen, päämäärien, ihanteiden, ajatusten ja tulevaisuuden haaveiden kautta. Murrosikäisen ulkonäössä tapahtuu selkeitä muutoksia, mikä saattaa johtaa tunteeseen persoonallisuuden muuttumisesta. Murrosikäisen minäkuva ei ole kovinkaan pysyvä, siihen saattaa vaikuttaa esimerkiksi se, mitä muut ovat hänestä mieltä. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 115–117.)

Psykologisen minän synnyn voi tiivistää ideaan siitä, että lapsi toimii jotenkin ja ympäristö reagoi siihen tai kohdistaa lapseen odotuksia, joihin hän vastaa. Näin lapsi oppii asioita itsestään vuorovaikutuksessa ympäristön kanssa, kun hän huomaa miten muut reagoivat hänen käyttökseensä. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 100–111.)

2.1.4 Samastuminen ja identiteetti osana minää

Samastuminen on tärkeä kehitysvaihe lapsuudessa, jossa lapsi kokee olevansa samanlainen, kuin joku hänen ihailemansa ihminen. Samastumisella tarkoitetaan sitä, että lapsi ottaa itselleen tärkeinä pitamiensä ihmisten, kuten vanhempiensa, käyttäytymismalleja, mielipiteitä, ihanteita, ajatuksia tai jopa psykologisia ominaisuuksia. Samastumista tapahtuu, koska lapsi haluaa olla, kuin jokin ihailemansa ihminen ja kuvittelee itseensä toisen ominaisuuksia osittain tiedostamattomastikin. Jos lapsi saa ihailun kohteena olevalta henkilöltä hyväksyntää, samastuminen vahvistuu. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 112–114.)

Samastumisen avulla lapsi saavuttaa Keltikangas-Järvisen mukaan myös oman identiteettinsä. Identiteetti on minän kokonaisuus, johon sisältyy minäkäsitys ja kokemus itsestä. Identiteetillä tarkoitetaan tunnetta, joka kuvaa minän pysyvyyttä ja varmuutta eli käsitystä siitä, kuka minä olen ja mikä minusta on tulossa. Samastuminen ja identiteetti ovat tärkeitä myös hyvän itsetunnon kannalta. Lapsen samastuessa osaaviin ja voimakkaisiin tärkeisiin ihmisiin, joilta hän saa myös hyväksyntää, tuntee lapsi itsensäkin taitavaksi ja voimakkaaksi. Lopulta lapsesta tulee itsekkin voimakas ja osaava, eikä hänen tarvitse enää samastumisen kautta jäljitellä toista ihmistä. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 112–114.)

2.2 Itsetunto

Itsetunto on Burnsin ja Keltikangas-Järvisen mukaan persoonallisuuden ominaisuus, jolla tarkoitetaan sitä, että ihminen pitää itsestään ja arvostaa itseään huolimatta tiedostamista heikkouksistaan. Hän näkee elämänsä merkityksellisenä ja ainutlaatuisena sekä luottaa itseensä. Itsetunto on kytköksissä ihmisen minäkäsitykseen ja sisältää ajatuksen siitä, missä suhteessa hyviä ja huonoja ominaisuuksia hän itsessään näkee. Silloin kun positiiviset ominaisuudet ovat heikkoja ominaisuuksia vahvemmallalla ihmisen minäkäsityksessä, on hänen itsetuntonsa hyvä, ja kun taas negatiiviset ominaisuudet vievät suuremman tilan, itsetunto on huono. Itsetunto on eräänlainen kehä, koska itsetunnolla on suuri vaikutus ihmisen toimintaan ja valintoihin, kun taas toiminnan seurauksilla on vaikutus itsetuntoon. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 16–17; Burns, 1979, s.

55.) Burns ja Kalliopuska lisäävät vielä tähän, että heikon itsetunnon piirteitä ovat itsensä vähättely ja halveksuminen, häilyvä käsitys itsestä, itsensä torjuminen, sen ajattelu mitä muut minusta ajattelevat, herkkyyys kritiikille, roolien esittäminen, yksinäisyyden kokeminen sekä itsensä arvioiminen negatiivisesti (Burns, 1979, s. 55; Kalliopuska, 1984, s. 12).

Itsetunto vakiintuu yleensä kouluvuosien alkupuolella ja Keltikangas-Järvinen toteaaakin, että perusitsetunto onkin vastoin yleistä uskomusta pysyvämpi ja ai-lahtelemattomampi murrosiässä (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 33–34). Myös Aho ja Laine ovat samaa mieltä siitä, että 13–14-vuotiaan murrosikäisen perusitsetunto pysyy vakiona, vaikkakin murrosiän alussa lapsen minäkäsityksessä saattaa tapahtua tilapäisiä heilahteluja liittyen mielialan vaihteluihin. Nämä heilahtelut eivät kuitenkaan vaikuta itsetunnon muuttumiseen. (Aho & Laine, 1997, s. 29.)

2.2.1 Hyvä itsetunto

Hyvän itsetunnon omaavalla ihmisellä on Keltikangas-Järvisen (1994) sekä Rosenbergin (1985) mukaan realistinen minäkuva eli hän tiedostaa hyvien ominaisuuksien lisäksi myös heikkoutensa. Ihminen, jolla on hyvä itsetunto, kuvailee itseään enemmän kuitenkin hyvillä ominaisuuksillaan ja pitää niitä arvokkaampina, kuin huonoja ominaisuuksiaan. Hänen hyvä itseluottamuksensa ei kaadu puutteiden ja heikkouksien myöntämiseen. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 17; Rosenberg, 1985, s. 209–213.)

Itseluottamus ja itsensä arvostaminen ovat myös merkkejä hyvästä itsetunnosta. Itseensä luottava ihminen uskaltaa asettaa itselleen rohkeasti haasteita ja korkeitakin vaatimuksia, uskoen, että vastaan tulevat ongelmat ovat mahdollisia hallita, ja että omilla ratkaisuillaan hän on kykenevä vaikuttamaan omaan elämäänsä. Itsearvostuksesta kertoo myös se, että ihminen kykenee olemaan tyytyväinen omiin suorituksiinsa ja hän pitää kiinni oikeiksi katsomistaan näkemyksistä sekä päämääristä. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 18; Rosenberg, 1985, s. 209–213.)

Hyvä itsetunto on Rosenbergin (1985) sekä Keltikangas-Järvisen (1994) mukaan myös sitä, että ihminen näkee oman elämänsä ainutlaatuisena ja arvokkaana. Hänen itsearvostuksensa ei ole riippuvainen saavutuksista tai siitä, mitä muut hänestä ajattelevat. Myös pettymysten ja epäonnistumisten sietäminen kuuluu hyvään itsetuntoon. Hyvällä itsetunnolla on tutkittu olevan vaikutus ihmisen toimintaan, mielialoihin ja tunteisiin. Ihmisen kokemus omasta itsetunnostaan näkyykin usein mielialana. Hyvä itsetunto on vuorovaikutteisessa yhteydessä ihmisen elämäntyytyväisyyden kokemukseen sekä pettymyksistä ja epäonnistumisista selviytymiseen. Huono itsetunto puolestaan saattaa näkyä ahdistuneisuutena, masentuneisuutena, heikoksi koettuna onnellisuudentasona sekä matalana elämäntyytyväisyytenä. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 18–39; Rosenberg, 1985, s. 209–213.)

Lisäksi hyvä itsetunto helpottaa Keltikangas-Järvisen mukaan sosiaalista vuorovaikutusta. Hyvän itsetunnon omaava ihminen pystyy ottamaan toisen ihmisen helpommin huomioon, kuuntelemaan aidosti, sekä joustamaan omissa mielipiteissään. Matalamman itsetunnon omaava ihminen puolestaan ei todennäköisesti pysty myöntämään helposti olevansa väärässä arvostuksen menettämisen pelossa. Itsetunnolla on edellisten asioiden lisäksi tutkittu olevan myös selvä yhteys koulumenestykseen, sekä taas hyvällä koulumenestyksellä ja itsetunnolla on todettu olevan edelleen vaikutus hyvään toverisuosioon. Esimerkiksi älykkyyttä enemmän koulumenestystä selittävät itseluottamus ja käsitys omasta osaamisesta sekä oppimiskyvystä. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 35–39.)

2.2.2 Itsetunnon erilaiset alueet

Itsetunnosta voidaan erottaa erilaisia alueita, joista yksi keskeinen on suoritusitsetunto. Suoritusitsetunnolla tarkoitetaan sekä sitä millaisen tason ihminen asettaa tavoitteilleen että hänen uskoaan omiin kykyihin ja osaamiseensa. Tunne sosiaalisesta suosiosta sekä tunne sosiaalisesta selviytymisestä ovat myös itsetunnon osa-alueita. Kun ihmisellä on hyvä sosiaalisen suosion tunteeseen liittyvä itsetunto, hän luottaa siihen, että hänellä on pysyviä ja tukena olevia ystäviä, ja että hänen seurassaan viihdytään yhtä lailla kuin muidenkin seurassa. Tunne sosiaalisesta selviytymisestä taas tarkoittaa sitä, että ihminen voi esi-

merkiksi luottaa siihen, että hänen työuransa ei kaadu hänen sosiaalisiin taitoihinsa ja ihmisten kanssa vuorovaikutuksessa olemiseen. Lisäksi etenkin lapsilla ja nuorilla on havaittavissa kotiin ja perheeseen liittyvä itsetunto. Lapsi kokee hyvää itsetuntoa tällä alueella esimerkiksi silloin, jos hänestä tuntuu siltä, että vanhemmat rakastavat häntä ja että häneen kohdistetut vaatimukset kotoa päin ovat kohtuullisia. (Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 24–29.)

2.3 Kiusaaminen ja sen vaikutukset

Kiusaamisella tarkoitetaan Ahon ja Laineen mukaan tarkoituksella tehtyä toisen ihmisen loukkaamista, pakottamista, uhkaamista, vahingoittamista tai pelottelua. Kiusaaminen voi olla joko fyysistä tai psyykkistä, epäsuoraa tai suoraa. Se on tahallista ja tietoisesti tehtyä, sekä sen tarkoituksena on loukata ja alistaa kiusattua. Kiusaamisen ominaisuus on myös se, että se on usein toistuvaa. Kiusaamisen määrittelyä ja havaitsemista vaikeuttaa osaltaan se, että kaikki eivät koe kiusaamista samalla tavalla. Se on siis subjektiivinen kokemus ja siksi kiusaamisen määrittelemisessä on lähtökohtana pidettävä kiusatun omia kokemuksia ulkopuolisten henkilöiden havaintojen sijaan. (Aho & Laine, 1997, s. 226–228.)

Fyysistä kiusaamista voi olla esimerkiksi töniminen, potkiminen, lyöminen, nipistely, maahan kaataminen, esineillä heittäminen, rahan kiristäminen, tukasta vetäminen ja johonkin tekoon pakottaminen. Psyykkistä kiusaamista puolestaan voi olla muun muassa pilkkaaminen, ryhmän ulkopuolelle sulkeminen, uhkaaminen, kavereiden lopettaminen, muiden yllyttäminen jotakuta vastaan, pinteeseen jättäminen, tavaroiden piilottaminen, nimittely, hännäilyminen, luottamuksen pettäminen, harhaanjohtaminen, toiminnan rajoittaminen ja haukkuminen. (Aho & Laine, 1997, s. 228.)

Sosiaalisessa mediassa kiusaaminen tapahtuu internetin välityksellä. Bymanin, Korhosen, Sintosen, Vesterisen ja Kynäslahden mukaan internetin kautta tapahtuvan kiusaamisen muotoja ovat esimerkiksi haukkuminen, sosiaalisen median ryhmän ulkopuolelle sulkeminen, uhkailu, yksityisten tietojen levittäminen

tai toisesta perättömien huhujen liikkeelle laittaminen. Internetin kautta tapahtuva kiusaaminen voi olla tuntemattoman tai tutun henkilön tekemää joko yksilön tai ryhmän toimesta. (Byman ym., 2017, s. 153.) Sourander ym. ovat tehneet tutkimuksen suomalaisnuorten kokemasta internetkiusaamisesta. Yleisimmät internetkiusaamisen muodot, joita suomalaisnuoret olivat kokeneet, olivat nimittely, levitetyt huhut, haukkuminen, epäkunnioittaminen ja pilkkana pitäminen. Internetkiusaamisen kohteiksi joutuneilla havaittiin olevan emotionaalisia ja vertaistovereihin liittyviä ongelmia. (Sourander, Brunstein Klomek, Ikonen, Lindroos, Luntamo, Koskelainen, Ristkari & Helenius, 2010.) Takizawan, Maughanin ja Arseneaultin tutkimuksen mukaan lapsuudessa ja nuoruudessa kiusatuksi joutuneilla todettiin aikuisiällä kohonnut masennus- ja ahdistuneisuusriski. Ylipäänsä lapsuudessa kiusatut olivat aikuisena riskiryhmässä huonojen sosiaalisten suhteiden, talouden ja terveyden suhteen. (Takizawa, Maughan & Arseneault, 2014.)

3 Sosiaalinen media

3.1 Sosiaalisen median määritelmä

Sosiaalista mediaa on Suomisen mukaan hankala määritellä, koska sen käsite on kytköksissä kulloinkin vallitsevaan ajankohtaan eli sosiaalisen median käytötavat ja palvelut ovat koko ajan muuttuvia. Suominen katsoo sosiaalisen median olevan tietyn aikakauden digitaalista verkkoviestintää, joka on monikanavaista ja -aistista. Sosiaalinen media tukeutuu pitkälti muutamaan kansainväliseen suosikkipalveluun, joiden ideana on sisältöjen jakaminen, yhteisöjen ja verkostojen ylläpitäminen sekä niiden rakentaminen. (Suominen, 2013, s. 13–18.) Heinonen ja IAB Finland puolestaan tiivistävät sosiaalisen median tarkoitettavan internet-pohjaisia palveluja ja yhteisöjä, joissa tapahtuu vuorovaikutusta, osallistumista ja sisällön jakamista toisten käyttäjien kanssa. Puhuttaessa sosiaalisesta mediasta, sillä voidaan Heinosen ja IAB Finlandin mukaan tarkoittaa myös yhteisöissä tuotettua ja jaettua mediasisältöä. Sosiaalisen median voidaan katsoa muodostuvan sanoista sosiaalinen, jolla viitataan ihmisten väliseen vuorovaikutukseen sekä media, jolla tarkoitetaan viestimiä, joiden avulla tätä vuorovaikutusta tapahtuu. (Heinonen, 2009, s. 6–7; IAB Finland, 2013.)

Sosiaalista mediaa on luokiteltu myös erilaisiin alakategorioihin ja palvelutyyppien sisäisiin lajeihin eri tutkijoiden toimesta (Suominen, 2013, s. 15–16). Laaksonen, Matikainen ja Tikka ovat tiivistäneet hyvin omaan malliinsa Kaplanin ja Haenleinin, Lietsalan ja Sirkkusen sekä Luoma-ahon määritelmien pohjalta sosiaalisen median palveluiden luokitteluiden keskeiset sisällöt ja piirteet (Laaksonen, ym., 2013, s. 15–17). Laaksonen ym. jako on seuraava: ”1. yhteistuotanto (wikit, esim. Wikipedia), 2. verkostoitumis- ja yhteisöpalvelut (esim. Facebook, LinkedIn), 3. sisältöjen jakamiseen keskittyvät alustat (esim. YouTube, Flickr), 4. blogit ja mikroblogit (blogialustat, Twitter), 5. virtuaalimaailmat (sosiaaliset ja pelilliset, esim. Second Life, World of Warcraft) ja 6. verkkokeskustelut (esim. Suomi24, MuroBBS)” (Laaksonen, ym., 2013, s. 15–17). Lietsalan ja Sirkkusen omassa määritelmässä tuodaan lisäksi esille lisät eli add-onit (Doodle, SlideShare, ym.) (Lietsala & Sirkkunen, 2008, s. 53–58).

Kaikkien edellä mainittujen lisäksi Valkenburg, Peter & Schouten tuovat esille myös oman määritelmänsä, jonka perusteella sosiaalisen median sivustot ja palvelut voidaan jakaa myös sen mukaan, minkälaisiin vuorovaikutussuhteisiin ne keskittyvät. On olemassa muun muassa sosiaalisen median sivustoja ja palveluja, jotka keskittyvät yhteisiin kiinnostuksen kohteisiin, kuten kirjoihin, tai sosiaalisen median palveluita, jotka keskittyvät ystäväverkostojen ylläpitoon. Näiden lisäksi on myös sivustoja, joiden tarkoituksena on parisuhteiden löytäminen. (Valkenburg ym., 2006.)

3.2 Lapset ja nuoret sosiaalisessa mediassa

Suomalaisten lasten ja nuorten median käyttöä on tutkittu jonkin verran, mutta varsinaisesti sosiaaliseen mediaan keskittynyttä suomalaista tutkimusta löytyy todella vähän varsinkaan murrosiässä olevien nuorten osalta (ks. johdanto). Uskon tämän johtuvan siitä, että sosiaalinen media ja digitalisoituminen ovat kuitenkin suhteellisen tuoreita ilmiöitä.

Varsinaisesti nuorten sosiaalisen median käyttöön keskittynyttä suomalaistutkimusta on toteutettu ebrand Suomi Oy:n ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden yhteistyönä Some ja nuoret -tutkimuksessa. Viimeisin tutkimuskertata toteutettiin 2016, ja siinä tutkittiin Suomessa asuvien 13–29-vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttämistä ja läsnäoloa. Tämän tutkimuksen mukaan suomalainen keskivertonuori käyttää sosiaalisen median palveluita noin 15 tuntia viikossa ja yleisin käyttöaika on iltaisin kello 18–21 välillä. Nuoret käyttävät sosiaalisen median palveluita pääasiassa kotona, mutta sen lisäksi myös kavereiden luona, koulussa ja mobiililaitteella ollessaan liikkeessä. Jopa 95 % nuorista käyttää sosiaalista mediaa älypuhelimien kautta. (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016.)

Suomalaisten nuorten eniten käyttämät sosiaalisen median palvelut ovat ebrand Suomi Oy:n ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden tutkimuksen mukaan suosituimmuusjärjestyksessä WhatsApp, YouTube, Facebook, Instagram, Spotify, Snapchat, Facebook Messenger, Skype, Twitter ja peliyhteisöä-

lusta Steam. Edellisten vuosien tutkimustuloksiin verrattaessa oli huomattavissa etenkin WhatsAppin ja Snapchatin suosioden suuri kasvu. Tarkasteltaessa 13–17-vuotiaiden suomalaisten ikäryhmää on suosituin sosiaalisen median palvelu Whatsapp 91 % tuloksella. Kyseisessä ikäryhmässä seuraavaksi suosituimmat palvelut ovat YouTube, Instagram, Snapchat ja Facebook. Näiden lisäksi myös Ask.fm ja We Heart It saivat suosiota. (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016.)

Suurin syy suomalaisten nuorten sosiaalisen median käytölle on jo olemassa olevien ystävien ja tuttujen kanssa keskustelun ylläpito sosiaalisen median palveluiden kautta. Toiseksi yleiseksi käyttösyyksi nuoret mainitsivat sen, että sosiaalisen median käytöstä on vain muodostunut tapa. Nuoret käyttävät lisäksi sosiaalista mediaa muun muassa helppona tiedonlähteenä ja väylänä kysyä mielipidettä asioista toisilta sosiaalisen median käyttäjiltä ja ystäviltä. (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016.) Nuoret kokevat myös, että yksi tärkeä sosiaalisen median käyttötarkoitus on palaute, jota he saavat muilta seuraajilta, ystäviltä ja tutuilta heidän julkaisemiinsa sisältöihin, kuten ajatuksiin ja valokuviiin (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016; Aarnio & Multisilta 2011, s. 13).

Tampereen yliopiston Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus COMET:n julkaisemassa pitkittäistutkimuksessa tutkittiin suomalaisten 5–14-vuotiaiden lasten ja nuorten mediaympäristöjen muutosta. Ensimmäinen tutkimuskierron oli vuonna 2007 ja se oli tarkoitus toistaa kolmen vuoden välein vuoteen 2016 asti. Kolmas tutkimuskierron toteutettiin vuonna 2013 ja tällä kierroksella havaittiin ensimmäisen kerran pitkittäistutkimuksen aikana, että nuoret ilmoittivat median suosikkisisällöikseen sosiaalisen median vertaistuotantoja eli esimerkiksi YouTuben videobloggaajia. Lisäksi tutkimuksessa todettiin 14-vuotiaiden nuorten alkavan selkeästi ottavan kuvia sitä varten, että niitä on tarkoitus julkaista sosiaalisessa mediassa. Nuoret ottivat myös vaikutteita tyyliinsä ja pukeutumiseensa sosiaalisen median julkisuuden henkilöiltä sekä heidän tekemät suositukset tuotteista vaikuttivat nuorten ostopäätöksiin. (Noppari, 2014.)

3.3 Sosiaalinen media ja nuoren kokemus itsestä

Sosiaalisen median sivustot, joiden tarkoituksena on ylläpitää sosiaalisia suhteita (friend networking sites), vaikuttavat itsetuntoon esimerkiksi vertaishyväksynnän ja vertaispalautteen kautta. Nuorten kehitykseen kuuluu usein vaihe, jossa he tulevat ylitietoisiksi siitä, mitä muut ajattelevat heistä. Sosiaalisen median sivustoilla toisten tekemä kommentointi on usein julkista, jolloin ne vaikuttavat erityisen paljon nuorten sosiaaliseen itsetuntoon. He käyttävät sosiaalista mediaa paljon sisällöntuottamiseen ja julkaisevat siellä muun muassa omia ajatuksia sekä valokuviaan. Nuoret pitävätkin todella tärkeänä sitä, millaisen vastaanoton, esimerkiksi kuinka paljon tykkäyksiä, haukkuja, kehuja tai kommentteja, heidän julkaisemansa sisältö saa ystäviltä, seuraajilta ja tutuilta. (Valkenburg, Peter & Schouten, 2006; ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016.)

Valkenburgin ym. tutkimuksen mukaan nuorten saamalla kommentteilla heidän sosiaalisen median profiileihin on erittäin selkeä yhteys heidän itsetuntoonsa. Positiiviset kommentit kohottavat itsetuntoa, kun taas negatiivisilla kommentteilla on itsetuntoa laskeva vaikutus. Heidän tutkimuksessaan enemmistö nuorista, 78 %, saavat yleensä positiivista palautetta heidän sosiaalisen median profiileissa, jolloin monet heistä käyttävätkin sosiaalisen median verkostoitumissivustoja itsetunnon kohottamistarkoitukseen. (Valkenburg ym., 2006.)

Sosiaalisen median palveluissa ja sivustoilla tapahtuvasta kiusaamisesta on eriäviä tutkimustuloksia. Ebrand Suomi Oy:n ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden tutkimuksesta selviää, että hieman yli 15 % tutkimukseen osallistuneista nuorista on kokenut kiusaamista sosiaalisessa mediassa. Kuitenkin vain noin kaksi prosenttia myönsi kiusanneensa toisia sosiaalisen median kautta. (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016.) Toisaalta taas Lasten ja nuorten mediaympäristön muutos osa 3 - tutkimukseen osallistuneista nuorista lähes kukaan ei ilmoittanut kokeneensa itseensä kohdistuvaa kiusaamista sosiaalisessa mediassa, mutta moni kuitenkin totesi havainneensa siellä muihin kohdistuvaa kiusaamista, kuten esimerkiksi vaatteiden haukkumista (Noppari, 2014, s. 107–108). Aarnion ja Multisiltan

suomalaistutkimuksessa lasten ja nuorten sosiaalisen median ja verkkopalvelujen käytöstä puolestaan käy ilmi, että viidesosa tutkituista on joutunut kiusaamisen kohteeksi tai huomannut toisiin kohdistuvaa kiusaamista sosiaalisessa mediassa. Heidän mukaansa yleisimmät kiusaamistavat sosiaalisessa mediassa ovat olleet ilkeät kommentit kuviin ja tilapäivityksiin sekä seksuaalissävyytteinen ahdistelu. Seksuaalissävyytteistä ahdistelua, jota nuoret ovat kokeneet, on esimerkiksi epämiellyttävät lähestymisyrietykset verkon kautta, kuten tuntemattomien miesten lähettämät kaveripyynnöt ja ulkonäköä koskevat kommentit. (Aarnio & Multisilta, 2011, s. 14–16.)

Sosiaalisessa mediassa halutaan usein julkaista vain positiivisia, kauniita, ko-meita ja hauskoja kuvia itsestä myönteisten kommenttien toivossa. Myös päivi-tyksiä kirjoitetaan pääasiassa vain huolettomista, positiivisista asioista ja tapah-tumista. Tämä saattaa aiheuttaa virheellisen käsityksen siitä, millaista arki oikeasti on ja asettaa nuorille turhia paineita. (Noppiari, 2014, s. 84; Ridell, 2011, s. 144–145.) Internetin yhteisöpalveluissa fyysinen minäkuva on korostu-nut, minkä seurauksena seksuaalisuus ja ulkonäkö usein ylikorostuvat siellä (Salokoski & Mustonen, 2007, s. 23).

3.4 Sosiaalisen median sivustot ja sovellukset

Seuraavaksi esittelen lyhyesti suosittuja sosiaalisen median sivustoja ja sovel-luksia, koska tutkimustulosten ymmärtämiseksi täytyy tuntea sivustojen ja sovel-lusten toimintaperiaatteet.

Facebook

Facebook on sosiaalisen median sivusto, jonka kautta voi tehdä tilapäivityksiä, seurata kavereiden tekemisiä, lisätä kuvia ja videoita, pelata pelejä, kommentoida ja katsoa livevideoita. Lisäksi Facebookin kautta voi myydä tavaroita ja palveluita. (Facebook Inc., 2018.)

Instagram

Instagram on kuvien, videoiden ja tarinoiden jakamiseen sekä toisten käyttäjien julkaiseman sisällön kommentointiin ja tykkäämiseen tarkoitettu sovellus. Instagram on helppo ja nopea tapa jakaa kaikki hetket sekä seurata käyttäjiä ympäri maailman. Instagramilla on yli 500 miljoonaa käyttäjää maailmanlaajuisesti. (Instagram Inc., 2018.)

Snapchat

Snapchat on viestintäsovellus, joka perustuu lyhyiden viestien, videoiden ja kuvien lähettämiseen toisten käyttäjien kesken. Viestit näkyvät vain hetken aikaa, eivätkä tallennu palveluun. Snapchatiin voi myös lisätä tarinoita kuvien ja videoiden muodossa, mitkä näkyvät kavereille 24 tunnin ajan. Siellä voi myös seurata kavereiden olinpaikkaa kartalla. Snapchatilla on 178 miljoonaa päivittäin aktiivista käyttäjää ympäri maailman. (Snap Inc., 2018.)

YouTube

YouTube-palvelu perustuu videoiden katseluun, kommentoimiseen, lataamiseen, ”striimaamiseen”, kanavien tilaamiseen sekä soittolistojen luomiseen. Videoita löytyy erilaisista aiheista, kuten musiikkivideot, uutiset, oppiminen, viihde ja pelit. (Google Inc., 2018.)

WhatsApp

WhatsApp on sovellus, jossa voi lähettää toisille viestejä ilmaiseksi internet-pohjaisesti. Siellä voi lähettää myös kuvia, videoita, ääniviestejä ja muita tiedostoja sekä soittaa video- tai äänipuhelun. WhatsAppiin voi perustaa myös ryhmäkeskusteluja esimerkiksi perheelle tai kavereille. (WhatsApp Inc., 2018.)

Spotify

Spotify on digitaalinen musiikintoistopalvelu, jossa on miljoonia kappaleita. Siellä voi kuunnella muiden tekemiä soittolistoja tai luoda itse omia soittolistoja. Spotifyssa voi jakaa myös Spotify'ta käyttäville kavereille itse tehtyjä soittolistoja tai hyviä kappaleita. (Spotify, 2018.)

Pinterest

Pinterest sivuston ja sovelluksen kautta voi etsiä itseään kiinnostavia asioita ja uusia asioita kokeiltavaksi. Ideoita voi pin-merkitä eli tallentaa ja järjestellä sekä käyttäjä saa suosituksia uusista ideoista tallentamiensa ideoiden perusteella. Pinterestissä voi suunnitella esimerkiksi sisustusta, matkoja tai aterioita. (Pinterest, 2018.)

Steam

Steam on peliyhteisö ja viihdealusta. Sen kautta voi pelata, pitää yhteyttä toisiin pelaajiin, löytää uusia pelikavereita sekä luoda ja jakaa sisältöä. Steamilla on yli 100 miljoonaa käyttäjää ympäri maailman. (Steam, 2018.)

4 Tutkimustehtävä ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tutkimustehtävänä on kuvata, analysoida ja tulkita minkälaisia sosiaalisen median käyttäjiä 15–17-vuotiaat nuoret ovat sekä millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa nuorten kokemuksiin itsestä.

Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Minkälaisia sosiaalisen median käyttäjiä nuoret ovat?
2. Millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa nuorten kokemuksiin itsestä?

Ensimmäisen tutkimuskysymyksen ”Minkälaisia sosiaalisen median käyttäjiä nuoret ovat?” tarkoituksena on selvittää nuorten eniten käyttämiä sosiaalisen median sivustoja ja sovelluksia, heidän suosikkisivustoja ja -sovelluksia sekä niiden käyttöä, sosiaaliseen median käyttöön kuluva aikaa, sosiaalisen median käyttötapoja sekä nuorten julkaiseman sisällön aiheita.

Toisen tutkimuskysymyksen ”Millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa nuorten kokemuksiin itsestä?” tarkoituksena on selvittää minkälaista kiusaamista nuoret kokevat ja tekevät sosiaalisessa mediassa, mikä merkitys sosiaalisella medalla on sosiaalisten suhteiden ja kiinnostuksen kohteiden ylläpitoon, millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa esimerkiksi ulkonäköpaineiden kautta nuorten kokemuksiin itsestä sekä minkälaisia samastumisen kohteita nuoret löytävät sosiaalisesta mediasta.

Etsin tutkimuskysymyksiini vastauksia 15–17-vuotiailta nuorilta sosiaalisen median kautta jaetulla verkkokyselylomakkeella. Aineiston analysoin laadullisella aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä.

5 Tutkimuksen toteutus

Tässä osiossa kerron tutkimukseni toteutuksesta eli siitä, millä tavoin lähdin hakemaan vastauksia aiemmin esittämiini tutkimuskysymyksiin. Tutkimusstrategiani on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus ja tutkimusotteeni on fenomenologinen. Aineisto on kerätty verkkokyselylomakkeella sosiaalisen median kautta 15–17-vuotiailta nuorilta ja tutkimukseen osallistui 45 vastaajaa. Aineiston analysoin laadullisella aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä.

5.1 Tutkimusstrategiana kvalitatiivinen tutkimus

Tutkimukseni on pääasiassa laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus, joskin osatuloksistani, kuten nuorten eniten käyttämät sosiaalisen median sivustot ja sovellukset, on esitetty myös määrällisessä muodossa. Alasuutari toteaaakin, että laadullista ja määrällistä tutkimusta voidaan soveltaa saman tutkimuksen tekemisessä ja aineiston analysoinnissa (Alasuutari, 1995, s. 32). Metsämuuronen muistuttaa kuitenkin, että kvalitatiivinen ja kvantitatiivinen tutkimusstrategia eroavat toisistaan melko paljon, mistä syystä on järkevintä valita toinen näistä päästrategiaksi ja toinen puolestaan tukemaan päästrategiaa. Esimerkiksi jos päästrategiana on laadullinen tutkimus, niin vaikkapa haastattelun tai havainnoinnin lisäksi on mahdollista tehdä pieni kvantitatiivinen mittaus, joka tuo lisäarvoa ja havainnollistaa kvalitatiivista raporttia. (Metsämuuronen, 2008, s. 60.)

Eskola ja Suoranta (1998) sekä Tuomi ja Sarajärvi (2009) määrittelevät laadullisen tutkimuksen olevan tutkimusta, jota kuvataan ei-numeraalisin menetelmin. Siinä ei pyritä tekemään tilastollisia yleistyksiä vaan kuvaamaan, tulkitsemaan ja ymmärtämään tutkittavaa tapahtumaa, ilmiötä tai toimintaa. Laadullisen tutkimuksen aineisto on yleensä tekstiä, kuvia tai äänimateriaalia, kuten esimerkiksi haastattelu, kysely, päiväkirja tai havainnointi. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään harkinnanvaraista otantaa, mikä tarkoittaa sitä, että tutkijalla on hyvä teoreettinen pohja, joka ohjaa aineiston keruuta. Laadullisessa tutkimuksessa tieteellisyyden kriteeri ei ole aineiston määrä vaan laatu, eli pieneen määrään tutkittavia tapauksia pyritään perehtymään mahdollisimman tarkasti. (Eskola & Suoranta, 1998, s. 13–24; Tuomi & Sarajärvi, 2009, s. 85–86.) Kvalitatiiv-

viselle tutkimukselle tunnuksenomaista on myös hypoteesittomuus eli tutkimuksen tekijällä ei ole omia vahvoja ennakko-oletuksia tutkimustuloksista tai -kohteesta (Eskola & Suoranta, 1998, s. 13–24).

5.2 Fenomenologinen tutkimus

Tutkimusotteeni on fenomenologinen tutkimus. Tuomi ja Sarajärvi tiivistävät fenomenologisen tutkimuksen olevan ihmisen kokemuksen tutkimusta. Fenomenologiassa maailman ja ihmisen välinen suhde katsotaan tarkoitukselliseksi. Ihmisen antama merkitys kullekin ilmiölle muodostaa yksilön oman kokemuksen kyseessä olevasta ilmiöstä. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 40.) Fenomenologinen tutkimusote sopii tutkimukseeni, koska tutkin nuorten kokemuksia ja heidän antamia merkityksiä ilmiölle, joka tässä tapauksessa on sosiaalinen media. Tuomi ja Sarajärvi lisäävät myös, että fenomenologialle tyypillinen näkökulma on yhteisöllisyys eli se, että ihmisten antamat merkitykset jollekin ilmiölle muodostuvat yhteisön kautta, jossa ihminen kasvaa ja johon hänet on kasvatettu (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 40). Sosiaalinen media on hyvin vahvasti yhteisöllinen ilmiö, mikä tukee fenomenologian valitsemista tutkimusotteeksi.

Fenomenologiassa tutkimuskohteena on siis kokemus, joka käsitetään suhteena subjektin, toiminnan ja kohteen välillä. Kokemuksen termin lisäksi voidaan kokemuksesta puhua myös merkityssuhteena. Fenomenologian yhteydessä puhutaan ilmiön kohdallisuudesta, millä tarkoitetaan sitä, että fenomenologiassa pyritään saamaan yksilön subjektiivinen kokemus esille juuri sellaisena, kuin se on. Fenomenologisen tutkimuksen analyysivaiheessa on erittäin tärkeää kiinnittää huomiota siihen, että kokemus kuvataan mahdollisimman samalla tavalla, kuin se alun perin oli. Kysymyksessä on siis tutkijan kuvauksen ja tutkittavan kokemuksen vastaavuus. (Virtanen, 2001.)

Fenomenologisessa tutkimuksessa on Virtasen mukaan tärkeää, että aineistoa hankittaessa pyritään vaikuttamaan mahdollisimman vähän tutkittavien esiintuomiin kokemuksiin. Esitettävien kirjallisten tai suullisten kysymysten tulisi olla mahdollisimman avoimia ja strukturoituja kysymyksiä tulisi välttää mahdolli-

suuksien mukaan. (Virtanen, 2001.) Tästä syystä verkkokyselylomakkeeni sisältääkin mahdollisimman paljon avoimia kysymyksiä. Virtanen toteaa myös, että fenomenologisen tutkimuksen aineistoa analysoidessa luodaan merkitysverkostoja, joissa siirrytään yksityiskohtaisista merkitysverkostoista yleiseen merkitysverkostoon (Virtanen, 2001). Käytänkin aineiston analysoinnissa laadullista aineistolähtöistä sisällönanalyysiä, jossa aineistoa luokitellaan yksityiskohtaisemmista merkityksistä kohti laajempia kategorioita.

5.3 Tutkimukseen osallistujat

Tutkimukseen osallistui 45 15–17-vuotiasta sosiaalista mediaa käyttävää suomalaisnuorta. Heistä tyttöjä oli 27 henkilöä ja poikia 18. Osallistujista 15-vuotiaita oli 14 henkilöä, 16-vuotiaita 13 henkilöä sekä 17-vuotiaita 18 henkilöä. Olin erittäin tyytyväinen siihen, että sukupuolten ja eri ikäisten määrät jakautuivat melko tasaisesti (ks. taulukko 1).

Taulukko 1. Vastaajien sukupuoli ja ikä

Ikä	Tytöt	Pojat	Yht.
15 v.	8	6	14
16 v.	8	5	13
17 v.	11	7	18
	27	18	45

Tutkimukseen osallistujien asuinpaikat maakunnittain olivat pääkaupunkiseutu (Helsinki, Espoo, Kauniainen ja Vantaa) 16 nuorta, muu Uusimaa 14 nuorta, Keski-Suomi 4 nuorta, Häme 2 nuorta, Keski-Pohjanmaa 2 nuorta, Pirkanmaa 2 nuorta sekä yhdet nuoret Etelä-Karjalasta, Etelä-Savosta, Pohjois-Pohjanmaalta, Pohjois-Savosta ja Päijät-Hämeestä. Lopuilta maakunnilta ei tullut osallistujia. Tutkittavien enemmistö oli siis selkeästi pääkaupunkiseudulta ja muualta Uudeltamaalta (ks. taulukko 2).

Taulukko 2. Vastaajien asuinpaikat maakunnittain

Maakunta	n
Pääkaupunkiseutu	16
Muu Uusimaa	14
Keski-Suomi	4
Häme	2
Keski-Pohjanmaa	2
Pirkanmaa	2
Etelä-Karjala	1
Etelä-Savo	1
Pohjois-Pohjanmaa	1
Pohjois-Savo	1
Päijät-Häme	1

Valitsin tutkittaviksi 15–17-vuotiaat nuoret muutamasta syystä: ensinnäkin he ovat havaintoni mukaan yleensä todella aktiivisia sosiaalisen median käyttäjiä. Toiseksi heidän ikäisiään ei ole Suomessa tutkittu paljoa siltä osin, millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa nuorten kokemuksiin itsestä (ks. johdanto). Kolmanneksi uskoin saavani laajempia vastauksia perusteluineen avoimiin kysymyksiin, kuin jos kyseessä olisivat olleet vielä nuoremmat henkilöt.

5.4 Verkkokysely aineistonkeruumenetelmänä

Tutkimusaineisto kerättiin verkkokyselylomakkeella sosiaalisen median kautta. Jaoin linkkiä Facebookissa tuttavieni kautta sopivan ikäisille nuorille, Facebook-ryhmissä sekä nuorten käyttämällä keskustelufoorumeilla. Kysely oli avoinna 1–15.2.2018. Kyselyyn vastasi 47 ihmistä, mutta jätin kaksi vastausta tutkimusaineiston ulkopuolelle, koska toinen niistä oli selkeästi vastattu vitsillä ja toinen vastauslomake oli taas jäänyt liian vajaaksi. Lopullinen tutkimusaineisto koostui siis 45 henkilön vastauksista.

Valitsin aineistonkeruumenetelmäksi verkkokyselylomakkeen, jota jaoin sosiaalisen median kautta, koska uskoin tavoittaneeni sitä kautta juuri kohde ryhmään sopivia vastaajia. Lisäksi koin, että nuorten oli helpompaa vastata rehellisesti anonymisti internetin kautta, kuin esimerkiksi kasvokkain haastattelussa. Räsänen ja Sarpila toteavat, että tutkimuksissa arkaluonteisten asioiden myönne-

tään tapahtuneen tai liittyvän itseen sitä todennäköisemmin, mitä kaukaisempaan tutkimuksen toteuttaja on aineistonkeruutilanteessa tutkittavasta (Räsänen & Sarpila, 2013, s. 69). Mielestäni oli järkevää toteuttaa aineistonkeruu sosiaalisen median kautta, koska se on myös tutkimuksen aiheena. Räsänen ja Sarpilakin pitivät selvänä ratkaisuna sitä, että sosiaalisen median käyttäjiä on järkevintä tavoittaa internetin kautta verkkokyselyllä (Räsänen & Sarpila, 2013, s. 68–69).

Pidin lisäksi verkkokyselylomaketta sopivana ratkaisuna, koska se on nopea, edullinen ja helppo tapa tavoittaa vastaajia tutkimukseen. Lisäksi vastauksia oli helpompi tarkastella ja käsitellä, kun ne olivat suoraan kirjoitetussa muodossa sähköisesti. Valli (2010) sekä Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2009) pitävät myös taloudellisena internetin kautta toteutettavia kyselytutkimuksia. Niiden avulla voidaan tehokkaasti kerätä laaja tutkimusaineisto ja kyselylomakkeella voidaan kysyä useita asioita kerralla. (Valli, 2010, s. 113; Hirsjärvi ym., 2009, s. 195.) Valli lisää myös, että tutkijan on syytä pohtia verkkokyselyn sopivuutta suhteessa kohderyhmään. Nuoret ovat iäkkäämpiä tottuneita tietokoneen käyttäjiä, mistä syystä he suhtautuvat positiivisemmin verkkokyselyihin. (Valli, 2010, s. 113.)

Verkkokyselylomakkeeni (liite 1) koostui pääasiassa avoimista kysymyksistä. Kyselylomakkeen alussa oli kuitenkin perustietokysymykset ikä, sukupuoli ja asuinpaikka maakunnittain. Tämän jälkeen oli yksi monivalintakysymys koskien nuorten käyttämiä sosiaalisen median sivustoja ja sovelluksia. Loput kysymykset olivat avoimia kysymyksiä. Vallin mukaan avoimia kysymyksiä käytetään usein laadullisissa tutkimuksissa, jolloin analyysissa käytetään usein teemoittelua (Valli, 2010, s. 126). Avoimissa kysymyksissä on Vallin sekä Hirsjärven ym. mukaan hyvät ja huonot puolensa. Vastauksissa voidaan saada hyviä ideoita ja perusteellisia mielipiteitä sekä aineistoa on mahdollista luokitella ja käsitellä monipuolisin keinoin. Huono puoli avoimissa kysymyksissä puolestaan on se, että niihin saatetaan jättää vastaamatta tai vastaukset voivat olla ympäröyöreitä ja epätarkkoja. Lisäksi tutkijan on huomioitava, että avointen kysymysten vastaukset ovat työläämpiä analysoitavia, koska niiden luokittelu ja laskeminen vie

enemmän aikaa, kuin monivalintoihin tai skaaloihin perustuvien kysymystyyppien. (Valli, 2010, s. 126; Hirsjärvi ym., 2009, s. 198–203.)

5.5 Aineiston analyysimenetelmät

Tutkimusaineistoni analyysimenetelmänä käytän laadullista aineistolähtöistä sisällönanalyysiä. Aineistolähtöisen sisällönanalyysin ydinajatuksena on muodostaa tutkimusaineistosta teoreettinen kokonaisuus siten, että analyysiyksiköt eivät ole etukäteen valittuja, vaan ne nousevat aineiston pohjalta tutkimustarkoitusta ja tehtävänasettelua vastaavasti. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 108.)

Tuomi ja Sarajärvi tuovat esille Milesin ja Hubermanin yhdysvaltalaisperinteen mukaisen aineistolähtöisen analyysin mallin vaiheet. Tämä malli alkaa pelkistettyjen ilmaisujen tekemisellä aineistosta. Seuraavassa analyysin vaiheessa pelkistettyjä ilmaisuja luokitellaan samankaltaisten ilmaisujen kategorioihin ja luokille annetaan yhteinen sisällölle sopiva nimitys. Näin muodostuvat alaluokat. Tämän jälkeen alaluokkia aletaan yhdistämään samankaltaisiin luokkiin yläkategorioiksi ja yläkategoriat nimetään sisältöä vastaavilla nimillä. Jos mahdollista, analyysia jatketaan vielä muodostamalla yläkategorioista pääluokkia ja viimeisessä vaiheessa kaikki kategoriat nimetään yhdeksi kaikkia luokkia kuvaavaksi kategoriaksi. Näin analysoimalla saadaan vastattua annettuun tutkimustehtävään. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 114–115.) Tiivistettynä Milesin ja Hubermanin mukaan aineistolähtöinen sisällönanalyysi koostuu kolmesta eri vaiheesta: ensin aineistosta tehdään pelkistyksiä eli aineisto redusoidaan, seuraavaksi aineisto luokitellaan ryhmiin eli klusteroidaan ja viimeiseksi aineistosta luodaan teoreettiset käsitteet – tätä kutsutaan abstrahoinniksi (Miles & Huberman, 1994, s. 10–12).

Seuraavaksi kuvaan ja esittelen esimerkkitaulukoiden avulla vaihe vaiheelta, kuinka analysoin tutkimusaineistoni laadullisen aineistolähtöisen sisällönanalyysin menetelmin. Analyysiä tehdessäni käytin tukenani Milesin ja Hubermanin (1994) sekä Tuomen ja Sarajärven (2018) ohjeita ja esimerkkejä aineistolähtöisen sisällönanalyysin tekemisestä.

Aineistonani on siis nuorten antamat vastaukset verkkokyselylomakkeella. Olin ajatellut kysymykset jo etukäteen ikään kuin teemoittain, jolloin tiesin millä kyselylomakkeen kysymyksellä hain mihinkin tutkimuskysymykseen vastausta. Tämä helpotti sisällönanalyysin tekemistä, koska pystyin tarkastelemaan tiettyjä kysymyksiä ja niiden vastauksia yhtenä kokonaisuutena tai teemana. Aloitin valitsemalla aina yhden tällaisen kokonaisuuden, jossa jokainen vastaus eli ajatuskokonaisuus toimi yhtenä analyysiyksikkönä. Tuomen ja Sarajärven mukaan ennen sisällönanalyysin aloittamista täytyy valita analyysiyksikkö, joka voi olla esimerkiksi yksi sana, lause tai useamman lauseen ajatuskokonaisuus (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 122).

Analyysiyksikön valinnan jälkeen siirryin tekemään aineiston redusointia eli pelkistämistä. Kirjoitin aina kerrallaan yhden kokonaisuuden pelkistetyt ilmaisut ylös listaksi. Tuomi ja Sarajärvi huomauttavat, että yhdestä ajatuskokonaisuudesta voi löytää useampia erilaisia pelkistettyjä ilmauksia (Tuomi ja Sarajärvi, 2018, s. 124), ja näin kävi myös minulle tehdessäni pelkistettyjä ilmauksia (ks. taulukko 3).

Taulukko 3. Esimerkki aineiston pelkistämisestä

Alkuperäisilmaukset	Pelkistetyt ilmaukset
Seuraan kavereiden, tuttujen, kiinnostavien ihmisten sekä idolien elämää, etsin inspiraatiota, selailen meemejä, löydän omiin kiinnostuksen kohteisiin liittyviä asioita.	<ul style="list-style-type: none"> - Tuttujen ja kavereiden elämän seuraaminen - Kiinnostavien henkilöiden seuraaminen - Idolien seuraaminen - Inspiraation etsiminen - Meemien selailu - Kiinnostuksen kohteisiin liittyvien asioiden löytäminen
Yhteydenpitoa ja ajan tappamista lähinnä. Myös yhteisöllisyys (erinäiset ryhmät) Facebookissa on hyvä.	<ul style="list-style-type: none"> - Yhteyden pitäminen (kavereiden, tuttujen ja sukulaisten kanssa) - Ajan kuluttaminen - Yhteisöllisyys ja ryhmät

Aineiston redusoinnin jälkeen siirryin seuraavaan vaiheeseen eli aineiston ryhmittelyyn, jota kutsutaan klusteroinniksi. Aloin etsimään samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia pelkistetyistä ilmaisista, minkä jälkeen ryhdyin jakamaan niitä taulukkoon – saman ajatuksen sisältävät ilmaisut samaan alakategoriaan. Tämän jälkeen nimesin alakategoriat sisältöä vastaavilla nimillä (ks. taulukko 4).

Tuomen ja Sarajärven mukaan ryhmittelyvaiheessa kategorioiden luokitteluyksikköinä voi toimia esimerkiksi tutkimuksen kohteena olevan ilmiön käsitys, piirre tai ominaisuus (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 124).

Taulukko 4. Esimerkki pelkistettyjen ilmausten muuttamisesta alaluokiksi

Pelkistetyt ilmaukset	Alaluokat
- Oppiminen	Oppiminen
- Elämässä auttavien asioiden etsiminen	
- Tiedon etsiminen	Tiedonhankinta
- Yhteyden pitäminen kavereiden, tuttujen ja sukulaisien kanssa	Yhteydenpito
- Keskusteleminen tuttujen ja tuntemattomien kanssa	Keskustelu
- Yhteisöllisyys ja ryhmät	Yhteisöllisyys

Tehtyäni alaluokat jatkoin kategorioiden tiivistämistä edelleen yläluokiksi ja lopulta yhdistäväksi luokaksi, joka toimi kokonaisuuden tiivistävänä käsitteenä (ks. taulukko 5). En kokenut tarvetta tehdä yläluokista pääluokkia ennen yhdistävän luokan tekemistä, koska sain keskeiset teemat tiivistettyä hyvin ilman pääluokkiakin. Tuomi ja Sarajärvin huomauttavat, että alaluokat ja yhdistävä luokka muodostuvat aineistosta aina, mutta se, tarvitaanko yläluokka, väliluokka tai muita tapauskohtaisesti tarvittavia lisäluokkia, selviää vasta analysoidessa aineistoa (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 127). Yläkategorioiden sekä yhdistävän luokan tekeminen oli ryhmittelyä seurannut aineiston abstrahoinnin eli käsitteellistämisen vaihe. Tuomen ja Sarajärven mukaan käsitteellistämisen vaiheessa muodostetaan johtopäätöksiä ja teoreettisia käsitteitä. Klusterointia pidetään osana käsitteellistämisprosessia. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 124–126.)

Taulukko 5. Esimerkki alaluokkien yhdistämisestä yläluokiksi

Alaluokat	Yläluokat
Oppiminen Tiedonhankinta	Oppiminen ja tiedonhankinta
Yhteydenpito Keskustelu Yhteisöllisyys	Yhteydenpito ja keskustelu
Kavereiden elämän seuraaminen Kiinnostavien henkilöiden seuraaminen Videoblogien katselu Toisten kuvista tykkääminen ja kommentointi	Toisten elämän seuraaminen

Laadullisen aineistolähtöisen sisällönanalyysin lisäksi hyödynsin aineiston kvantifiointia siten, että laskin avoimista vastauksista, kuinka moni nuorista ilmoitti kokeneensa kiusaamista. Tuomen ja Sarajärven mukaan laadullista sisällönanalyysiä voidaan viedä pidemmälle kvantifioimalla aineistoa eli laskemalla esimerkiksi kuinka monta kertaa jokin asia esiintyy tutkittavien vastauksissa (Tuomi & Sarajärvi, 2018, s. 135–138).

6 Tutkimustulokset ja niiden tulkintaa

Tässä osiossa raportoin tutkimukseni tuloksista sekä tulkitSEN niitä. Samalla peilaan tutkimustuloksiani teoriaosiossa aiemmin käsittelemiini teorioihin ja muiden tutkijoiden tutkimuksiin. Luvussa 6.1 Nuoret sosiaalisen median käyttäjinä vastaan ensimmäiseen tutkimuskysymykseeni ”Minkälaisia sosiaalisen median käyttäjiä nuoret ovat?” Luvussa 6.2 Sosiaalisen median vaikutus nuorten kokemuksiin itsestä vastaan toiseen tutkimuskysymykseeni ”Millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa nuorten kokemuksiin itsestä?”

6.1 Nuoret sosiaalisen median käyttäjinä

Tässä luvussa käsittelen ensin nuorten käyttämiä sosiaalisen median sivustoja ja sovelluksia. Sen jälkeen tarkastelen nuorten käyttämää aikaa sosiaalisessa, mediassa, heidän sosiaalisen median käyttötapaan sekä nuorten julkaiseman sisällön aiheita.

6.1.1 Käytetyimmät sivustot ja sovellukset

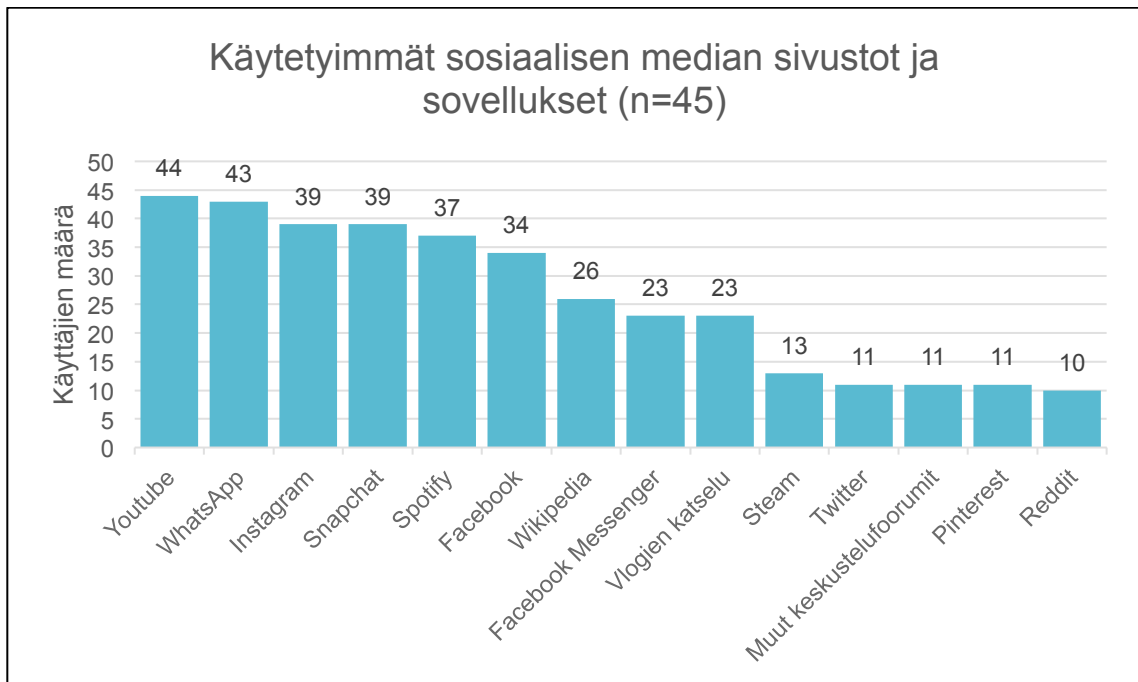
Nuorten käytetyin sosiaalisen median sivusto oli YouTube (44 käyttäjää, 98 %). Toiseksi käytetyin oli WhatsApp (43 käyttäjää, 96 %) ja kolmanneksi sijoittui Instagram sekä Snapchat (39 käyttäjää, 87 %). Neljänneksi käytetyin oli Spotify (37 käyttäjää, 82 %) ja viidenneksi tuli Facebook (34 käyttäjää, 76 %). Kuudenneksi käytetyin sosiaalisen median sivusto ja palvelu oli Wikipedia (26 käyttäjää, 58 %) ja seitsemänneksi sijoittui Facebook Messenger sekä vlogien eli videoblogien katselu (23 käyttäjää, 51 %). Kahdeksanneksi käytetyin oli Steam (13 käyttäjää, 29 %). Yhdeksänneksi sijoittuivat Twitter, muut keskustelufoorumit ja Pinterest (11 käyttäjää, 24 %). Kymmeneksi käytetyin sivusto ja sovellus oli Reddit (10 käyttäjää, 22 %).

Verratessa tutkimustuloksiani ebrand Suomi Oy:n ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden tutkimuksen Some ja nuoret 2016 tuloksiin, voidaan todeta sosiaalisen median käytetyimpien sovellusten ja sivustojen pysyneen melko samoina, kun tutkimustemme välillä on parin vuoden ero. Some ja nuoret 2016 - tutkimuksen 13–17-vuotiaiden ikäryhmän suosituimmat sosiaalisen median pal-

velut olivat suosituimmuusjärjestyksessä WhatsApp, YouTube, Instagram, Snapchat, Facebook, Spotify, Facebook Messenger, Skype, Ask.fm ja We Heart It (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016). Näistä palveluista kymmenen käytetyimmän joukkoon tutkimuksessani eivät mahtuneet Skype, Ask.fm ja We Heart It. Skype ja We Heart It jäivät hie-
man kärkikymmenikön ulkopuolelle, mutta kysymysten esittämispalvelu Ask.fm:n suosio oli selkeästi laskenut, koska tutkimukseeni osallistujista sitä käytti vain kaksi nuorta. Myös muutamassa avoimessa vastauksessa tuotiin esille, että nuoret olivat ennen käyttäneet Ask.fm:ää ja tulleet kiusatuksi siellä, mutta ovat nykyään lopettaneet palvelun käytön. Kärkikymmenikköön puolestaan tutkimuk-
sessani olivat nousseet Wikipedia, vlogien eli videoblogien katselu sekä pelipal-
velu Steam.

Kärkikymmenikön jälkeen tutkimukseni mukaan käytetyimmät sosiaalisen medi-
an sivustot ja sovellukset olivat Skype, Demi ja We Heart it (9 käyttäjää, 20 %). Näiden jälkeen sijoittuivat Twitch ja blogien lukeminen (8 käyttäjää, 18 %). Seu-
raavaksi tulivat Jodel, Feissarimokat, 9GAG ja Musical.ly (6 käyttäjää, 13 %). Neljänneksitoista käytetyin sovellus ja sivusto oli Ylilauta (5 käyttäjää, 11 %) ja viidenneksitoista sijoittui Tumblr sekä Periscope (3 käyttäjää, 7 %). Näiden jäl-
keen käytetyimmät sivustot ja sovellukset olivat Ask.fm, oman vlogin pitäminen, oman blogin pitäminen sekä Tinder (2 käyttäjää, 4 %).

Lisäksi nuoret toivat esille muita käyttämiään sosiaalisen median sivustoja ja sovelluksia kyselylomakkeen kohdassa ”muut käyttämäsi sovellukset”. Nämä olivat sellaisia, joita en ollut antanut ennalta vastausvaihtoehtoiksi. Nuorten li-
säämät sivustot ja sovellukset olivat Telegram, Discord ja Suomi24 (2 käyttäjää, 4 %). Yhden maininnan saivat myös 4Chan, MuroBBS, Wattpad, Sarahah, Sig-
nal, TeamSpeak3, Soundcloud, NBA, WhoSampled, Quora, Kik ja Amino (1 käyttäjä, 2 %). Google+ sai myös ääniä, mutta jätin sen kokonaan pois tutki-
muksesta, koska epäilen että vastaajat olivat ymmärtäneet Google+:n väärin ja luulleet sen tarkoittavan Google-tiliä Google+-tilin sijasta. (Kuvio 1.)



Kuvio 1. Käytetyimmät sosiaalisen median sivustot ja sovellukset

6.1.2 Suosikkisivustot ja -sovellukset

Nuoret saivat kertoa kaksi sosiaalisen median suosikkisivustoa tai –sovellustaan sekä syyt, miksi juuri nämä ovat heidän suosikkinsa. Suosikkisivustoista erottui selkeästi kärkinelikko: Snapchat (22 ääntä), Instagram (17 ääntä), YouTube (14 ääntä) ja WhatsApp (13 ääntä). Viidenneksi suosituin oli Spotify (5 ääntä) ja kuudenneksi sijoittui Facebook (4 ääntä). Ääniä saivat lisäksi Steam (3 ääntä), We Heart It (2 ääntä), Discord (1 ääni), Pinterest (1 ääni), Tumblr (1 ääni), Telegram (1 ääni) sekä Signal (1 ääni). (Ks. kuvio 2.)

Ebrand Suomi Oy:n ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden Some ja nuoret 2016 -tutkimuksessa kysyttiin nuorten mielestä heille tärkeimpiä sosiaalisen median palveluita ja tärkeimmäksi nousi selkeästi WhatsApp. Tämän jälkeen tärkeimmät olivat Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube, Spotify, Twitter ja Tumblr. (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016.) Tulokset olivat melko yhteneviä tutkimukseni tulosten kanssa, tosin tutkimuksessani Twitteriä ei maininnut yksikään nuori tärkeimmäksi ja Tumblrin mainitsi vain yksi nuori. Snapchat oli WhatsAppiin verrattuna tärkeämpi tutkimukseni nuorille ja Facebookin tärkeys näytti olevan laskusuunnassa.



Kuvio 2. Nuorten käyttämät sosiaalisen median suosikkisivustot ja -sovellukset

Nuoret myös perustelivat, miksi juuri tietyt sovellukset ja sivustot olivat heidän suosikkejaan. Sosiaalisen median suosikkisivustojen ja -sovellusten käyttösyyt olivat yhteydenpito, oppiminen ja hyöty, yhteisöt ja ryhmät, viihde ja ajanviete, inspiraatio, kiinnostavat ihmiset ja sisältö, oman elämän jakaminen ja itseilmaisus, muiden elämän seuraaminen, keskusteleminen tuntemattomille ja uusiin ihmisiin tutustuminen, ”koska muutkin käyttävät” sekä monipuolinen sisältö.

Snapchatia, Instagramia, Facebookia ja WhatsAppia pidettiin suosikkeina, koska niiden kautta nuoret saivat helposti yhteyden kavereihin, perheeseen ja sukulaisiin sekä etenkin muualla asuviin. YouTube, Pinterest ja Tumblr olivat suosikkeja, koska niiden kautta oppi uusia asioita, löysi hyödyllisiä asioita elämään sekä uusia asioita kokeiltavaksi.

Discordia ja Facebookia pidettiin suosikkeina niiden yhteisöllisyyden ja ryhmäominaisuuksien vuoksi. Viihteen ja ajanvietteen vuoksi suosikkisovelluksia olivat YouTube, Facebook, Instagram, Steam, Spotify ja Tumblr. Riippuen sovelluksesta ja sivustosta, niiden kautta nuoret muun muassa kuuntelivat musiikkia, pelasivat, katselivat videoita ja kuvia, kuluttivat aikaa ja löysivät huumoria.

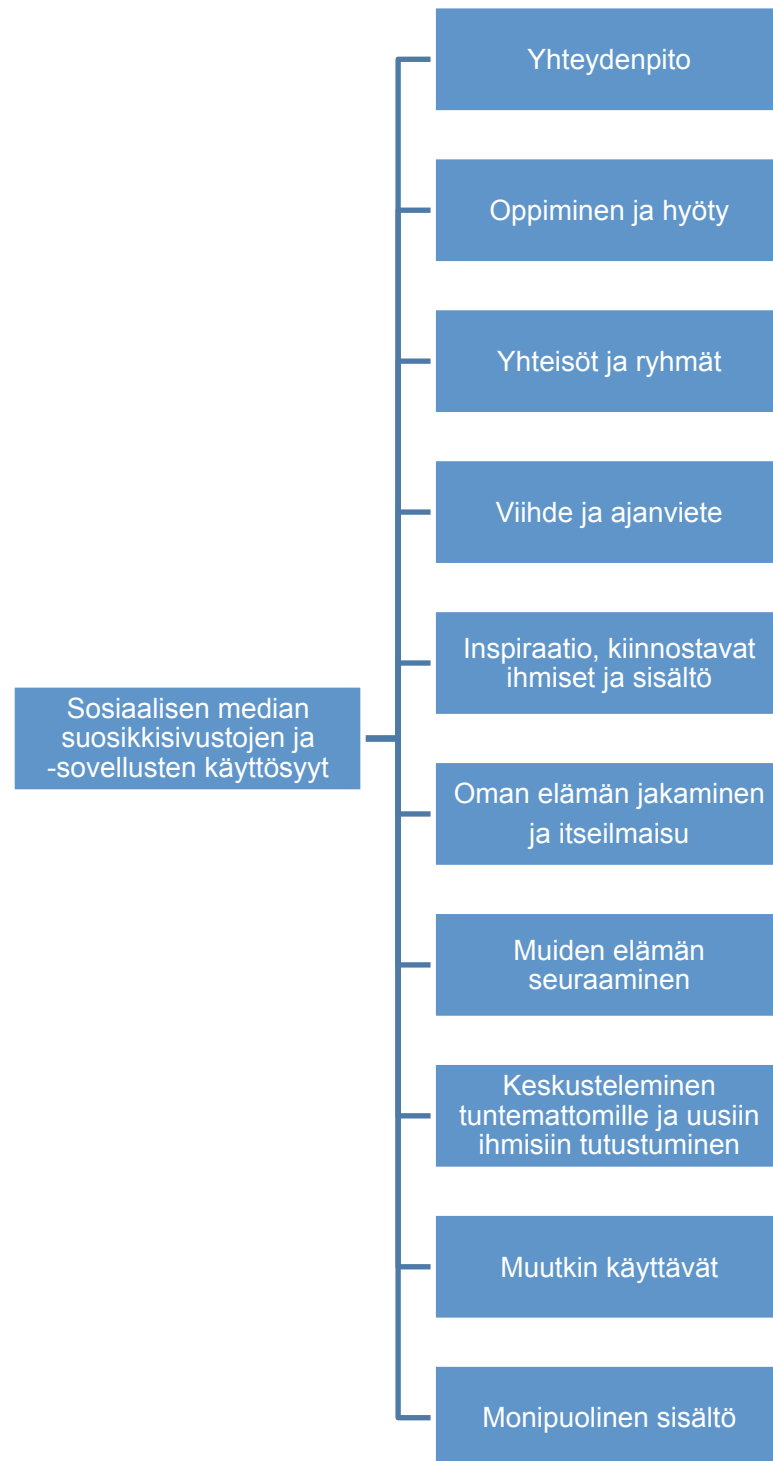
Inspiraatiota, kiinnostavia ihmisiä ja sisältöä nuoret löysivät sivustoilta ja sovelluksista, kuten We Heart It, Instagram, Snapchat, WhatsApp ja YouTube. Näissä sovelluksissa ja sivustoissa nuoret saivat inspiraatiota kuvista ja teksteistä, seurasivat kiinnostavia henkilöitä, löysivät mielenkiintoista sisältöä ja katselivat toisten hienoja kuvia.

Oman elämän jakaminen ja itseilmaisuus olivat nuorten mielestä syitä, miksi Snapchat ja Instagram olivat monen mainitsema suosikkisivustoja ja –sovelluksia. Niiden kautta nuoret pystyivät jakamaan jatkuvasti omaa elämäänsä muille ja julkaisemaan kuvia. Nuoret myös mainitsivat, että näiden kautta he pystyivät jakamaan juuri sellaista sisältöä, kuin he itse halusivat ja etenkin Instagramin pystyi luomaan juuri omannäköiseksi.

Muiden elämää nuoret seurasivat Snapchatin, Instagramin ja YouTube välityksellä. Niiden kautta pystyi seuraamaan erityisesti missä kaverit menevät ja mitä he tekevät. Lisäksi nuoret katselivat tubettajien ja videobloggaajien sekä pelaajien videoita. Keskustelu tuntemattomien ihmisten kanssa ja uusiin ihmisiin tutustuminen nousivat syiksi, miksi Discord, Steam, Instagram, Signal ja Telegram olivat nuorten suosikkeja. Myös yksityiset chat-mahdollisuudet mainittiin yhdeksi syyksi.

Useat nuoret totesivat, että joitakin sovelluksia ja -sivustoja tuli käytettyä vain siksi, koska kaikki muutkin, etenkin kaverit käyttivät. Tällaisia sovelluksia olivat Snapchat ja Instagram. Monipuolinen sisältö oli syynä siihen, että nuoret pitivät suosikkisovelluksina ja -sivustoina YouTubea, Facebookia ja Instagramia. Niistä nuoret pystyivät löytämään mitä tahansa.

Seuraavaan kuvioon (kuvio 3) on koottu syyt, joiden vuoksi sosiaalisen median suosikkisivustoja ja -sovelluksia käytetään.

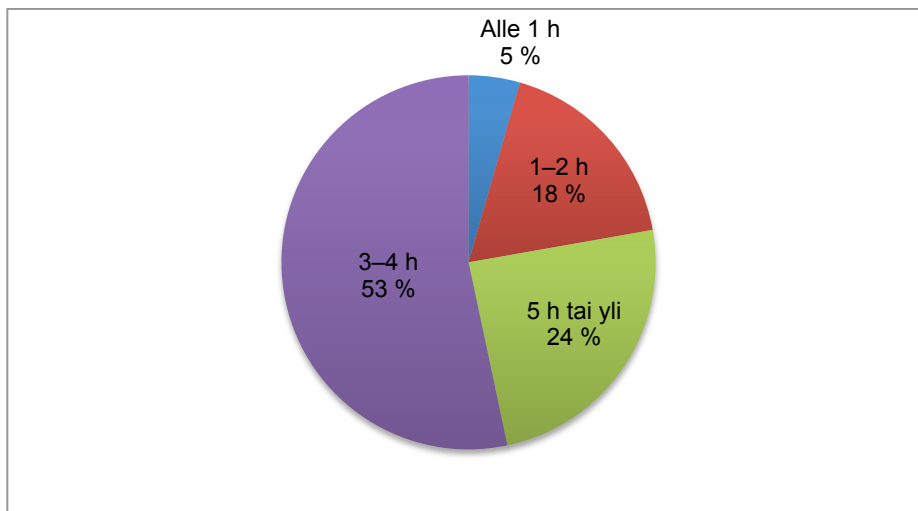


Kuvio 3. Sosiaalisen median suosikkisivustojen ja -sovellusten käyttösyyn

6.1.3 Nuorten sosiaalisessa mediassa käyttämä aika

Tutkimukseen osallistuneista nuorista kaksi (4 %) käytti sosiaalista mediaa keskimäärin alle tunnin päivittäin. Yhdestä kahteen tuntiin sosiaalista mediaa päivittäin käytti kahdeksan (18 %) nuorista. Enemmistö nuorista eli 24 (53 %) käytti

sosiaalista mediaa noin 3–4 tuntia joka päivä. Kuitenkin jopa 11 (24 %) nuorta ilmoitti käyttävänsä sosiaalista mediaa päivittäin viisi tuntia tai yli. (Kuvio 4.)



Kuvio 4. Nuorten sosiaalisessa mediassa päivittäin käyttämä aika

Ebrand Suomi Oy:n ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden Some ja nuoret 2016 -tutkimuksessa keskivertonuori käytti internetiä 21–30 tuntia viikossa, joista 15 tuntia tuli vietettyä sosiaalisen median palveluissa. Tämä tekisi siis keskimäärin vähän yli kaksi tuntia päivässä. (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016.) Tutkimukseeni osallistuneet nuoret ilmoittivat viettävänsä päivittäin enemmän aikaa sosiaalisessa mediassa, kuin mitä Some ja nuoret 2016 -kyselyyn vastanneet nuoret. Tämä voi toki johtua siitä, että Some ja nuoret 2016 -tutkimuksen keskivertonuori oli iältään 19,5-vuotias eli hieman vanhempi, kuin tutkimukseni keskivertoikäinen nuori. Lisäksi sosiaalisessa mediassa käytettävää aikaa on varmasti hankala arvioida tarkkaan ja myös käsitykset siitä, mitkä sivustot ja -sovellukset kuuluvat sosiaalisen median piiriin, eroavat varmasti riippuen ihmisen näkökulmasta.

6.1.4 Nuorten sosiaalisen median käyttötavat

Tutkimuksessani selvitin, mitä nuoret tekevät sosiaalisessa mediassa eli heidän sosiaalisen median käyttötapojaan. Aineistosta nousi esille seitsemän selkeää yläkategoriaa: viihde ja ajankuluttaminen, yhteydenpito ja keskustelu, oppiminen ja tiedonhankinta, toisten elämän seuraaminen, uutiset ja ajankohtaiset

asiat, oman elämän jakaminen ja sisällön julkaiseminen sekä kiinnostuksen kohteiden ylläpito ja inspiraation etsiminen.

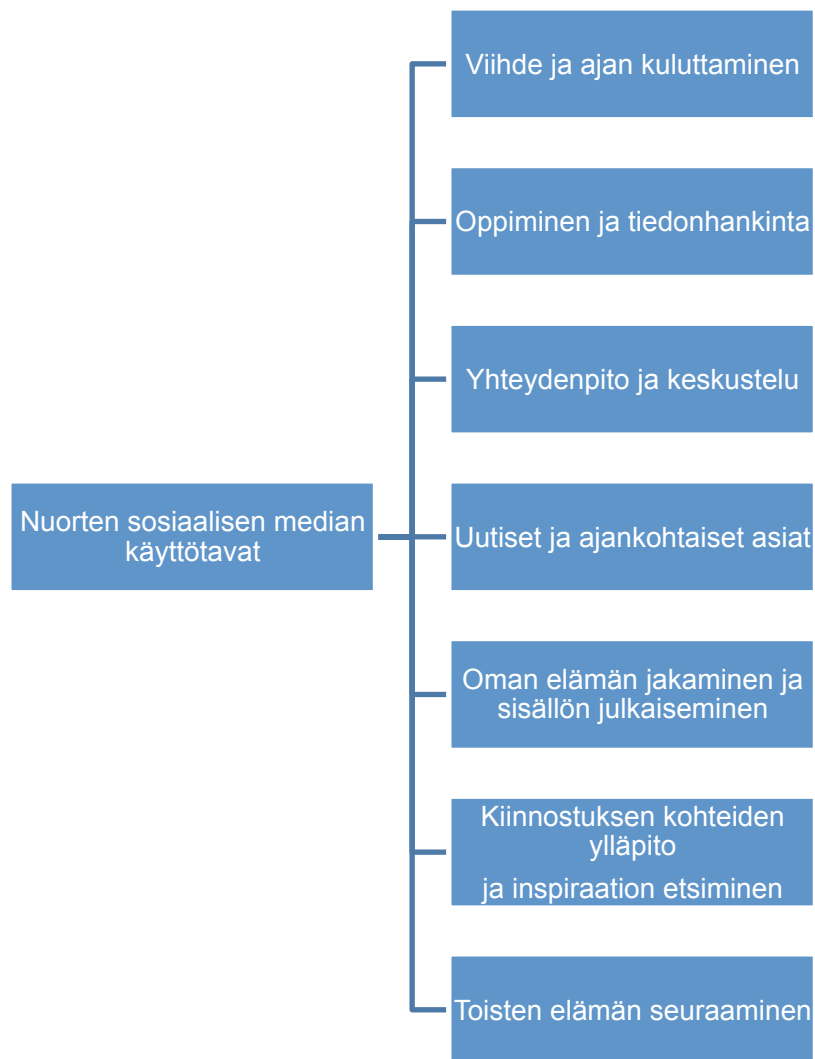
Viihteeseen ja ajankuluttamiseen sisältyivät pelaaminen, viihde, ajan kuluttaminen, musiikin kuuntelu ja videoiden katselu. Yhteydenpitoon ja keskusteluun kuuluivat yhteydenpito esimerkiksi kavereiden, tuttujen ja sukulaisten kanssa, keskusteleminen tuttujen ja tuntemattomien kanssa sekä sosiaalisen median yhteisöllisyys ja ryhmät. Oppimiseen ja tiedonhankintaan sisältyivät oppiminen, tiedon etsiminen sekä elämässä auttavien asioiden etsiminen sosiaalisesta mediasta.

Muiden elämän seuraaminen eri muodoissaan nousi esille useissa vastauksissa. Nuoret seurasivat toisaalta tuttujen ja kavereiden elämää, mutta myös muiden kiinnostavien henkilöiden, julkisuudenhenkilöiden sekä idoleiden elämää. Muiden elämää seurattiin myös katselemalla kuvia, videoita tai videoblogeja. Lisäksi yksi nuori mainitsi seuraavansa kavereidensa olinpaikkaa Snapchatin kautta. Eräs nuori toi myös esille toisten stalkkaamisen eli vakoilun sosiaalisen median kautta. Toisten elämän seuraamisen lisäksi myös heidän julkaisemaan sisältöön, kuten kuviin, käytiin kommentoimassa ja tykkäämässä niistä.

Yksi kategoria, joka tuli esille aineistosta, oli uutisten ja ajankohtaisten asioiden seuraaminen. Nuoret käyttivät sosiaalista mediaa uutisten lukemiseen, ajankoh- taisten asioiden seuraamiseen sekä niistä keskustelemiseen. Sosiaalista mediaa käytettiin myös oman elämän jakamiseen ja sisällön julkaisemiseen. Sosiaalista mediaa pidettiin helppona tapana jakaa muille omaa päivittäistä elämää, halutessaan myös reaaliaikaisesti. Nuoret julkaisivat sisältöä esimerkiksi kuvien, videoiden ja tilapäivitysten muodossa.

Seitsemäs yläkategoria, joka nousi aineistosta esiin oli kiinnostuksen kohteiden ylläpito ja inspiraation etsiminen. Tähän sisältyi omien kiinnostuksen kohteiden seuraaminen, kiinnostavista aiheista keskusteleminen, uusien asioiden löytäminen liittyen kiinnostuksen kohteisiin, uusien asioiden kokeilu, inspiraation etsiminen sekä omiin harrastuksiin liittyvien asioiden seuraaminen.

Nuorten sosiaalisen median käyttötavat esitellään kootusti kuviossa 5.



Kuvio 5. Nuorten sosiaalisen median käyttötavat

Ebrand Suomi Oy:n ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden tutkimustulosten mukaan nuoret käyttävät eniten sosiaalista mediaa sisältöjen lukemiseen ja katselemiseen, muiden tuottaman sisällön tykkäämiseen, musiikin kuuntelemiseen, tuttujen tekemisistä lukemiseen, reaaliaikaiseen keskustelemiseen, tiedon etsimiseen ja kommentointiin, päivitysten ja kommenttien tuottamiseen, omista tekemisistä kertomiseen tutuille, erilaisten sisältöjen jakamiseen sekä valokuvien ottamiseen ja editoimiseen (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016). Tutkimustemme tulokset eivät ole suoraan verrannollisia keskenään, koska ebrand Suomi Oy:n ym. tutkimuksessa vastausvaihtoehdot olivat annettu ennalta ja minun tutkimuksessani nuoret toivat vaihtoehdot esille itse. Sekä Some ja nuoret 2016 -tutkimuksen tuloksista

että tutkimukseni tuloksista voidaan kuitenkin päätellä, että sosiaalista mediaa käytetään paljon etenkin oman elämän jakamiseen ja sisällön julkaisemiseen, toisten elämän seuraamiseen sekä yhteydenpitoon ja keskusteluun.

6.1.5 Nuorten julkaisema sisältö sosiaalisessa mediassa

Tutkimuksessani selvitin, minkälaisista aiheista nuoret julkaisevat sisältöä sosiaalisessa mediassa (ks. kuvio 6).



Kuvio 6. Nuorten sosiaalisessa mediassa julkaiseman sisällön aiheet

Aiheet, jotka nousivat esille nuorten vastauksista olivat kuvat itsestä, eläimet ja lemmikit, matkat ja kulttuuri, uutiset ja ajankohtaiset asiat, konsertit, huumori, maisema- ja luontokuvat, kaverit, harrastukset, oma elämä ja arki, muistot ja tapahtumat, satunnaiset kommentit ja viestit, sekalainen sekä elämäntyö. Myös osa nuorista ilmoitti, ettei julkaise sisältöä ollenkaan itse sosiaalisessa medias-
sa. Omaan elämään ja arkeen kuuluivat omat kuulumiset, oma sijainti, mitä teen juuri nyt, hauskat sattumat, itselle tärkeät asiat ja omat kiinnostuksen kohteet,

arkielämä sekä itse otetut valokuvat. Elämäntyylisiin kuuluivat ruoka, asut, kosmetiikka ja rakkaus.

6.2 Sosiaalisen median vaikutus nuorten kokemuksiin itsestä

Tässä luvussa esittelen tutkimustuloksia, jotka vastaavat toiseen tutkimuskysymykseeni ”Millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa nuorten kokemuksiin itsestä?” Ensin kerron nuorten kokemasta ja tekemästä kiusaamisesta sosiaalisessa mediassa, minkä jälkeen käsittelen tuloksia liittyen sosiaalisen median merkitykseen sosiaalisten suhteiden ja kiinnostuksen kohteiden ylläpitoon. Tämän jälkeen esittelen tulokset koskien ulkonäölle annettua merkitystä sosiaalisessa mediassa ja sen vaikutuksiin nuorten kokemuksiin itsestä, mitä seuraa tulosalaluku, joka käsittelee sosiaalista mediaa samastumisen ja ihailunkohteiden näkökulmasta. Lopuksi tarkastelen tuloksia koskien sosiaalisen median positiivisia ja negatiivisia vaikutuksia nuoriin ylipäänsä.

6.2.1 Kiusaaminen sosiaalisessa mediassa

Nuorten itse kokema kiusaaminen

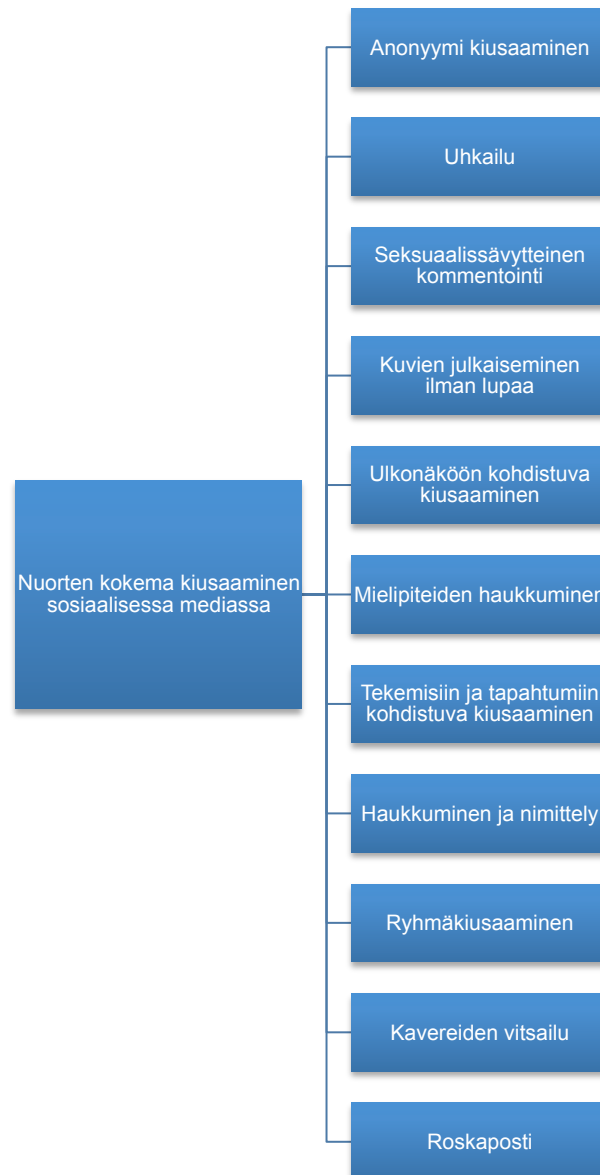
Tutkimukseen osallistuneista 45 nuoresta 25 ei ollut kokenut kiusaamista sosiaalisessa mediassa. 17 nuorta puolestaan oli kokenut kiusaamista sosiaalisessa mediassa, sekä lisäksi kolme nuorta ilmoitti kokeneensa sellaista kiusaamista, mitä eivät välttämättä luokittelisi kiusaamiseksi tai kiusaajan tarkoituksena ei ole välttämättä ollut kiusaaminen. Some ja nuoret 2016 -tutkimuksen tuloksista puolestaan selvisi, että reilu 15 % nuorista oli kokenut jonkinlaista kiusaamista sosiaalisessa mediassa (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016). Tutkimuksessani taas melkein puolet olivat kokeneet jonkinasteista kiusaamista sosiaalisessa mediassa, mikä on selvästi suurempi osuus kuin Some ja nuoret 2016 -tutkimuksen vastaava osuus. Aarnion ja Multisiltan tutkimuksessa puolestaan melkein viidennes tutkimukseen osallistuneista nuorista kertoi kokeneensa tai havainneensa toisten kiusaamista verkossa (Aarnio & Multisilta, 2011, s. 14). Tutkimustulokset kiusaamisesta sosiaalisessa mediassa ja verkossa ovat siis vaihtelevia, mikä voi johtua esimerkiksi tutki-

mukseen osallistujista, tutkimusvuodesta, vastaajien avoimuuden tasosta tai ihmisten erilaisista käsityksistä kiusaamisesta.

Tutkimukseni nuoret olivat kokeneet sosiaalisessa mediassa seuraavanlaista kiusaamista: anonyyminä tehty kiusaaminen, uhkailu, seksuaalissävyytteinen kommentointi, kuvien julkaiseminen ilman lupaa, ulkonäköön kohdistuva kiusaaminen, mielipiteiden haukkuminen, tekemisistä ja tapahtumista haukkuminen, muu haukkuminen ja nimittely, ryhmällä tehty kiusaaminen, kavereiden vitseilu ja roskapostaus. Sosiaalisen median kiusaamisen muodot, jotka eivät varsinaisesti nousseet tutkimuksessani esille, mutta joita havaittiin puolestaan Aarnion ja Multisillan tutkimuksessa, olivat rasismi, hakkerointi ja kuvien sekä identiteetin varastaminen (Aarnio & Multisilta, 2011, s. 15).

Tutkimukseni mukaan sosiaalisessa mediassa eniten tapahtunut kiusaamisen muoto oli haukkuminen ja nimittely, jonka mainitsi seitsemän vastaajaa. Tähän kategoriaan sisältyivät muu kuin ulkonäöstä haukkuminen, nimittely ja ilkeät kommentit. Toiseksi eniten tapahtui ulkonäköön kohdistuvaa kiusaamista, jota oli kokenut viisi vastaajaa. Nuoria oli esimerkiksi haukuttu rumaksi ja lihavaksi sekä ehdotettu kauneusleikkausta. Ilkeä kommentointi, johon Aarnio ja Multisilta katsoivat kuuluvan muun muassa nimittelyn, haukkumisen ja pilkkaamisen, oli myös heidän tutkimuksensa mukaan eniten sosiaalisessa mediassa tapahtuva kiusaamisen muoto (Aarnio & Multisilta, 2011, s. 14).

Myös tekemisistä ja tapahtumisista kiusaaminen esiintyi tutkimukseni kolmessa vastauksessa. Nämä olivat yleensä tapauksia, joissa koulupäivän aikana oli tapahtunut jotain, mistä myöhemmin oli kiusattu sosiaalisessa mediassa. Parissa kiusaamistapauksessa nuoren kuva oli julkaistu ilman lupaa ja osittain vitsillä, mikä oli itse nuoresta tuntunut ikävältä, vaikkakin kaverit eivät sitä olleet ehkä tarkoittaneetkaan kiusaamismielessä. Osa sosiaalisen median kiusaamistapauksista oli tapahtunut anonyymisti. Kuvio 7 kokoaa nuorten kokeman kiusaamisen tavat.



Kuvio 7. Nuorten kokema kiusaaminen sosiaalisessa mediassa

Nuoret kiusaajina sosiaalisessa mediassa

Tutkimukseen osallistuneista nuorista 36 vastasi, ettei ole kiusannut toisia sosiaalisessa mediassa. Viisi nuorta puolestaan ilmoitti kiusanneensa jotakuta sosiaalisessa mediassa. Lisäksi neljä vastaajaa jätti vastaamatta kysymykseen. Yksi vastaajista oli julkaissut huumorilla kaveristaan hölmönnäköisen kuvan, eikä kaveri ollut pitänyt siitä. Toinen nuori puolestaan kertoi satunnaisesti ”piikittelevänsä” kommenteillaan kavereita ja tuttujaan. Myös Some ja nuoret 2016 - tutkimuksen tuloksissa vain reilu kaksi prosenttia vastaajista ilmoitti kiusanneensa jotakuta sosiaalisessa mediassa (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin

sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016). Tulos on siten yhtenevä tutkimukseni kanssa, koska kummassakaan moni nuorista ei kertonut toimineensa kiusaajana sosiaalisessa mediassa. Tulokseen saattaa vaikuttaa se, etteivät nuoret välttämättä halua myöntää kiusaavansa tai eivät koe tekemäänsä kiusaamista kiusaamiseksi, vaikka se saattaa kiusatun näkökulmasta siltä tuntua.

6.2.2 Sosiaalisen median merkitys sosiaalisten suhteiden ja kiinnostuksen kohteiden ylläpitoon

Sosiaalisella medially oli nuorten mukaan merkitystä sosiaalisten suhteiden ja kiinnostuksen kohteiden ylläpitoon (ks. kuvio 8). He saivat sosiaalisesta mediasta uusia tuttavuuksia ja kavereita. Eräs nuorista oli tavannut parhaat kaverinsa sosiaalisen median kautta ja yksi nuorista totesi, ettei hänellä olisi yhtään kaveria ilman sosiaalista mediaa. Myös Merikiven, Myllyniemen ja Salasuon lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimuksen mukaan joka neljäs 10–29-vuotiaista nuorista oli löytänyt jonkun ystävästään internetin kautta. Lisäksi 40 prosenttia heidän tutkimukseensa osallistuneista vastasi tuntevansa kuuluvan johonkin sosiaalisen median palvelun yhteisöön. (Merikivi ym., 2016, s. 74.)

Sosiaalinen media toimii tutkimukseeni osallistuneiden nuorten mukaan myös eräänlaisena fanikulttuurin ylläpitäjänä, koska muun muassa artisteja, bändejä ja tv-sarjoja on helppo seurata sosiaalisen median kautta sekä niistä voi saada sisältöä myös ulkomailta asti. Muutamista vastauksista kävi ilmi, että sosiaalinen media on haitaksi kasvokkain näkemiselle. Ilman sosiaalista mediaa tulisi todennäköisesti nähtyä useammin kasvokkain ja yksi nuorista totesi, että häntä häiritsee, kun kasvokkain nähtäessä toiset kuvaavat sosiaaliseen mediaan ja päivittävät sitä, eivätkä ole läsnä tilanteessa.

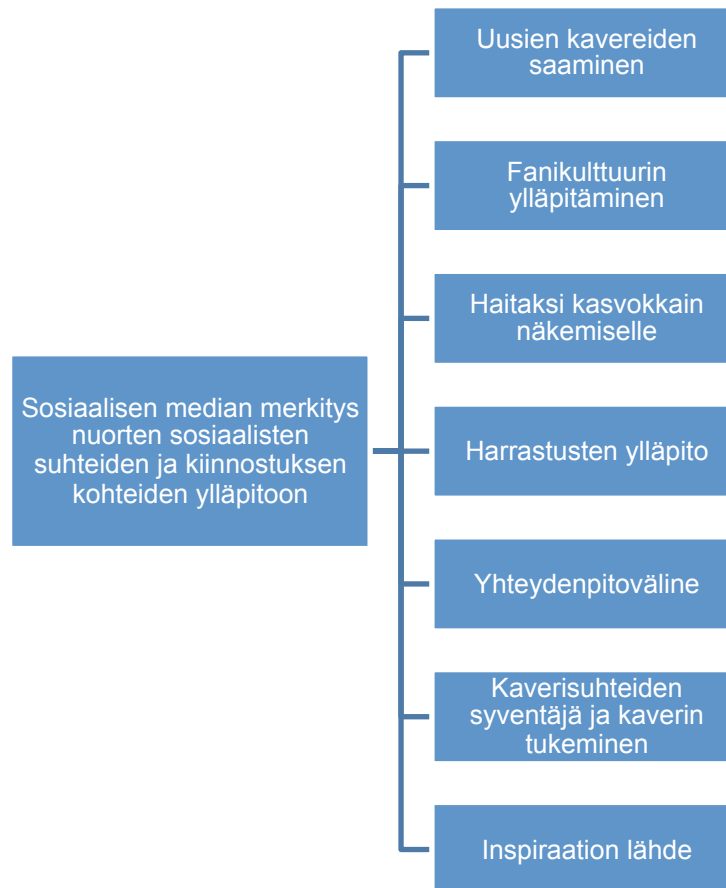
Nuorten mielestä sosiaalinen media toimi myös monella tapaa harrastusten ylläpitämisessä apuna. Eräs nuorista sai sosiaalisen median kuvista motivaatiota lähteä treenaamaan ja yksi puolestaan käytti Spotify'ta ainoana musiikinkuuntelukanavanaan. Myös pelaaminen sosiaalisessa mediassa oli nuorille yksi harrastusmahdollisuus. Eräs nuorista totesi, että hänen on helppo pitää yhteyttä sosiaalisen median kautta joukkuekavereihinsa, koska hän käy harrastamassa

toisella paikkakunnalla. Nuoret kokivat myös, että sosiaalisesta mediasta sai uusia ideoita ja näkökulmia harrastuksiin sekä siellä pystyi vaihtamaan ajatuksia toisten harrastajien kanssa. Eräs nuorista totesi, että hänen harrastustaan ei olisi ilman sosiaalista mediaa tai sitten se olisi hyvin erilainen.

Sosiaalinen media toimi nuorten mielestä myös yhteydenpitovälineenä. Sen kautta oli helppoa pitää yhteyttä muualla asuviin kavereihin sekä seurata yli-päänsä heidän tekemisiään. Yksi nuorista mainitsi, että nykyään täytyy olla sosiaalisessa mediassa, koska muuten ei pysyisi perillä kaveriporukan asioista. Eräs nuorista ihmetteli sitä, että sosiaalisessa mediassa hänelle laittavat viestiä myös sellaiset ihmiset, jotka eivät sosiaalisen median ulkopuolisessa arkielämässä pidä häneen muuten yhteyttä. Tutkimustulokseni oli yhtenevä Some ja nuoret 2016 -tutkimuksen kanssa siten, että kummassakin tutkimuksessa havaittiin sosiaalisen median helpottavan yhteydenpitoa etenkin tuttaviiin, jotka asuvat toisella paikkakunnalla sekä sen kautta pidettiin enemmän yhteyttä myös sellaisiin tuttuihin, joiden kanssa ei olla niin paljon muussa reaalielämässä tekemisissä (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016).

Tutkimukseni nuoret kokivat, että sosiaalinen media toimi kaverisuhteiden syventäjänä, koska sen kautta pystyi juttelemaan kavereille päivittäin. Eräs nuorista toi myös esiin sen, että yksi hänen kaverinsa olisi todennäköisesti tehnyt itsemurhan, jos sosiaalista mediaa ei olisi. Hän nimittäin keskusteli päivittäin kyseisen masentuneen ja itsetuhoisen ystävän kanssa ja nämä keskustelut tukivat tätä ystävää. Myös puolet Some ja nuoret 2016 -tutkimukseen osallistuneista kokivat sosiaalisen median toimivan kaverisuhteiden syventäjänä (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016).

Sosiaalinen media toimi nuorten mielestä lisäksi inspiraation lähteenä. Sitä kautta löysi inspiraatiota ja ideoita muun muassa harrastuksiin ja kiinnostuksen kohteisiin sekä pystyi seuraamaan kiinnostuksen kohteita yleisesti.



Kuvio 8. Sosiaalisen median merkitys nuorten sosiaalisten suhteiden ja kiinnostuksen kohteiden ylläpitoon

Sosiaalisen median merkityksellisyys sosiaalisille suhteille oli yhtenevä havainto Merikiven ym. lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimuksen tulosten kanssa. Heidän mukaansa internetillä oli merkittävä rooli sosiaalisen osallisuuden ylläpitämisessä ja rakentamisessa. Merikiven ym. tutkimus puoltaa myös tutkimustulostani siitä, että nuoret käyttävät sosiaalista mediaa myös harrastusten ja kiinnostuskohteiden ylläpitoon. Heidän tutkimukseensa osallistuneista 10–29-vuotiaista nuorista noin puolet pitivät yhteyttä sosiaalisen median kautta harrastusfoorumeilla ja viestiryhmissä muihin samaa harrastaviin nuoriin. Jos mukaan olisi laskettu vain ne, jotka harrastavat jotain, olisi luku ollut jopa 58 %. Merikiven ym. mukaan valtaosa nuorista hyödynsi internetiä jollain tavalla harrastuksiinsa ja 42 prosenttia tutkimukseen osallistuneista nuorista piti jotakin mediaan liittyvää, kuten pelaamista, harrastuksenaan. (Merikivi, Myllyniemi & Salasuo, 2016, s. 61–67.)

Tutkimukseeni osallistuneet nuoret kommentoivat sosiaalisen median merkitystä sosiaalisille suhteille ja kiinnostuksen kohteiden ylläpidolle muun muassa seuraavasti:

Somen kautta on helpompaa pitää yhteyttä kavereihin ketkä asuvat kaukana. Yksi parhaista kavereistani asuu Oulussa ja minä Helsingissä, joten yhteydenpito olisi vaikeaa ilman sosiaalista mediaa. On myös helppo esimerkiksi seurata artisteja ja bändejä ja niiden tekemisiä moninaisten medioitten kautta. Spotify on myös yksi käytetyimmistä sovelluksista, enkä kuuntele musiikkia muualta. (Tyttö, 17 v.)

Kavereita olisi 0, parhaan kaverinikin tapasin netissä. (Poika, 17 v.)

Kaverisuhde ei olisi ollenkaan niin syvä, jos ei tulisi juteltua snäpissä joka päivä, eikä sellaisten kavereiden, jota ei näe päivittäin, kanssa tulisi pidettyä yhteyttä. (Tyttö, 16 v.)

Kaikki kaverit on somessa ja usein yhteydenpito tapahtuukin somen välityksellä niin pitää olla mukana että pysyy kaveripiirin menossa mukana. Tykkään itse kuitenkin enemmän esim. jutella kasvotusten ja todennäköisesti sitä olisi enemmän jossei somea olisi. (Tyttö, 17 v.)

Pidän whatsappin ja snapchatin avulla yhteyttä ystäviini ja jos näitä sovelluksia ei olisi, en juttelisi heille niin paljon vapaa-ajalla, ja jos en juttelisi varsinkin yhden tietyn kaverin kanssa niin hän ei todennäköisesti enää edes olisi täällä. Autan häntä selviämään vaikeista ajoista ja masennuksesta sekä itsetuhoisista ajatuksista ja keskustelemme näistä asioista melkein joka ilta whatsappin välityksellä. (Tyttö, 17 v.)

Merkitys on todella suuri. Kavereiden kanssa yhteydenpitoa olisi erittäin paljon vähemmän, jos emme käyttäisi snapchattia, jossa lähettemme toisillemme kuvia ja kirjoituksia päivittäin tapahtuvista asioista. Varsinkin ne kaverit joita ei nää usein jäisivät muuten välillä paljon etäisemmiksi. Ilman pinterestiä ja vastaavia sovelluksia kiinnostuksen kohteeni olisivat varmaankin erilaisia. Olen innostunut maalaamisesta, virkkaamisesta ja kalligrafiasta pinterestin kautta ja saan päivittäin uusia ideoita aiheisiin liittyen sovellusta käyttämällä. (Tyttö, 15 v.)

Todella suuri, parhaat ystäväni ovat netistä. (Tyttö, 16 v.)

Lähiaikoina kun on saanut ympäri Suomea ystäviä niin yhteydenpito on paljon helpompaa. Lähialueystävien kanssa aika-ajoittain ärsyttää jos facetoface tilanteissa käytetään enemmän puhelinta ja kuvataan. Toisaalta tapaamisten sopiminen on helppoa. (Poika, 16 v.)

En vietä paljon aikaa ulkona tai ihmisten kanssa, joten suuri osa kaverisuhteistani on lähinnä somen ylläpitämiä (erityisesti snap ja WA). Harrastukset ovat toki saaneet vahvistusta samanhenkisten kanssa puhumisesta ja tutustuessa uusiin asioihin ja näkökulmiin näistä harrasteista. En kuitenkaan usko, että some varsinaisesti muuttaisi harrastuksiani, vaan enneminkin tukee niitä. (Poika, 16 v.)

Kyllä. Minulla on monia internet-kavereita, jotka olen tavannut netissä ja joiden kanssa pidän yhteyttä vain ja ainoastaan netissä. Sosiaalinen media on myöskin mullistanut fanikulttuurin, kun voin saada kuvia ja sisältöä lempi sarjoistani ja bändeistäni ulkomailla asti. (Tyttö, 16 v.)

6.2.3 Ulkonäölle annettu merkitys sosiaalisessa mediassa ja sen vaikutus nuorten kokemuksiin itsestä

Kyselyssäni nuoret pääsivät pohtimaan ulkonäölle annettuja merkityksiä sosiaalisessa mediassa ja sitä, millä tavoin se vaikuttaa heidän kokemuksiinsa itsestä. Aineistosta nousi esille viisi pääteemaa: ihanteiden luominen, vääristetty kuva todellisuudesta, hyväksynnän hakeminen, arvostelun kohteena oleminen ja ulkonäöllä ei ole merkitystä.

Nuorten mielestä sosiaalinen media toimii ulkonäköihanteiden luojana. Sosiaalisessa mediassa annetaan malleja siitä, miltä pitäisi näyttää. Siellä ihannoidaan tietynlaisia vartalomalleja, kuten esimerkiksi laiha tai lihaksikas, mutta kuitenkin samalla ristiriitaisesti annetaan olettaa, että jokaisen tulisi olla oma itsensä. Nuoret vertaavat itseään täydellisiin julkisuuden henkilöihin, malleihin ja kavereihin ja se aiheuttaa heille paineita. Toisaalta yksi nuorista toi esille, että sosiaalinen media on kuitenkin hyvä kanava kehopositiivisuuskampanjoiden esille tuomiseen.

Nuoret kertoivat sosiaalisen median antavan vääristetyn kuvan todellisuudesta, koska ihmiset näyttävät siellä vain parhaat puolet itsestään ja julkaisevat ainoastaan hyvät valokuvat itsestä. Lisäksi heidän mielestä kuvien muokkaaminen ja kuvissa poseeraaminen on yleistä ja luo myös osaltaan vääristynyttä kuvaa todellisuudesta. Nuoret toivat esille myös sen, että itseä verrataan muihin silti, vaikka tiedostetaankin ettei sosiaalisessa mediassa annettu kuva vastaa todellisuutta. Eräs nuorista halusikin muistuttaa medialukutaidon tärkeydestä sosiaalisessa mediassa.

Nuorten vastauksista kävi ilmi lisäksi, että sosiaalisesta mediasta haetaan hyväksyntää ja huomiota ulkonäön keinoin. On tärkeää, että kuulutaan joukkoon ja tunnetaan itsensä hyväksytyksi. Tykkäysten ja kommenttien määrällä valokuviiin koettiin myös olevan merkitystä. Toisilta haluttiin saada ihailua ja positiivista pa-

lautetta. Hyväksynnän hakemisen varjopuolena tuotiin esille se, että usein sosiaalisessa mediassa täytyy esittää muille olevansa jotain, mitä ei oikeasti ole.

Nuoret toivat esille, että sosiaalisessa mediassa ollaan arvostelun kohteena. Negatiiviset ja ilkeät kommentit muilta vaikuttivat nuoriin ja eräs nuori totesikin, että tällaiset kommentit saattavat tuoda tarvetta parannella itseään ulkonäöllisesti. Sosiaalisen median ulkonäköpaineet ja toisten kommentit koskien ulkonäköä vaikuttivat nuorten mielestä erityisesti sellaisiin nuoriin, joiden itsetunto on heikko tai joiden itsetunto ei ole kehittynyt vielä tarpeeksi. Yksi vastaajista toi esille, että hänen lähipiirissään on useita henkilöitä, jotka pohtivat jatkuvasti sitä, mitä muut heistä ajattelevat sosiaalisessa mediassa. Eräs vastaajista mainitsi, että sosiaalinen media luo ulkonäköpaineita myös sellaisissa asioissa, joihin ei itse pysty vaikuttamaan mitenkään, kuten sukupuolielimet. Esille nousi lisäksi näkemys siitä, että ihminen voi itse vaikuttaa omalla asennoitumisella ja luonteellaan siihen, ottaako hän sosiaalisesta mediasta ulkonäköpaineita itselleen.

Lisäksi osan nuorista mielestä ulkonäöllä ei ollut merkitystä sosiaalisessa mediassa. Tätä perusteltiin sillä, että ei joko pidetty itse ulkonäköä arvossa tai että ikään kuin ihanteellista olisi, että ulkonäöllä ei olisi merkitystä sosiaalisessa mediassa eikä siten vaikutusta ihmisiin.

Nuorten kommentteja siitä, luoko sosiaalinen media ulkonäköpaineita ja jos luo, niin millä tavoin:

Kuvissa halutaan näyttää usein hyvältä ja sen takia kuvat saattavat vääristää todellisuuden. Tällöin joku toinen henkilö voi ahdistua ja tuntea itsensä riittämättömäksi. (Tyttö, 17 v.)

Kyllä. Nuorille (ja kaikenikäisille) syötetään jatkuvasti propagandaa siitä millainen tulee olla. Koko ajan hoetaan, että kaikkien tulisi olla "oma itsensä", mutta silti mediassa ihannoidaan vain tietynlaista kehitystyyppiä. Tämä tekee paljon harmia nuorille, sekä tytöille että pojille, sillä ulkonäköpaineet vain kasvavat vaikka niitä muka yritetäänkin kitkeä. (Tyttö, 17 v.)

Kyllä. Täydellisen näköisten julkisten ja kavereiden kuvat luovat paineita ja saavat vertaamaan itseä heihin. Toiset ovat aina parempia meikkaamaan kuin minä, mikä asettaa paineita. Tykkäysten ja kommenttien määrä jännittää ja tuntuu nololta jos niitä ei tule "tarpeeksi". (Tyttö, 16 v.)

Kyllä, sillä usein somessa vain näytetään se ns. täydellinen puoli elämästä, silloin kun näytetään parhaimmalta. Harvemmin näkee kuvia siitä normaalimmas- ta ja realistisemmasta puolesta ihmisiä. Kuvien muokkaus myös suuri tekijä -> saa kaiken näyttämään paremmalta kuin oikeasti on. (Tyttö, 17 v.)

Olen sitä mieltä että kyllä, erityisesti nuorille joiden itsetunto ei ole vielä muok- kaantunut. (Tyttö, 17 v.)

Kyllä tuo. Jos et näytä mallilta, sinun kuvat saavat vähän tykkäyksiä eikä moni seuraa esim. Instagramissa. Sosiaalisessa mediassa muille ihmisille pitää esit- tää ja jonkun laittama selfie saa tuntemaan itsensä "rumaksi". Nettiin yritetään julkaista vaan sellaisia kuvia missä näytetään tarpeeksi hyvältä joka tuottaa ul- konäköpaineita. (Tyttö, 15 v.)

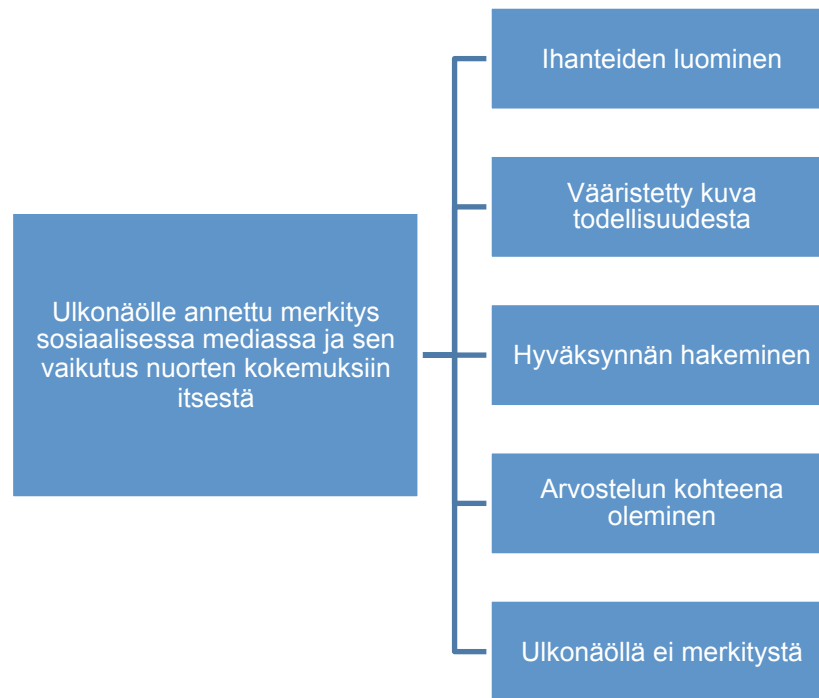
Kyllä. Vaikka tietää että sosiaalisessa mediassa julkaistaviin kuviin on panostet- tu ja kenenkään elämä ei ole niin loistavaa, silti niitä kuvia väkisinkin vertaa omaan elämään/itseensä. (Tyttö, 17 v.)

Uskon että some luo ulkonäköpaineita monille nuorille jopa itelleni. Somessa ja erityisesti Instagramissa nuorten pitää aina näyttää niin hienolta ja että kaikki on niin mahtavaa ja hyvää vaikka oikeasti kaikki ei olisi fantastista ja hyvin. Joille- kin some voi myös luoda ulkonäköpaineita asioista mihin he ei pysty vaikutta- maan (kuten elimet, penis, sukupuolielimet jne.). (Poika 15 v.)

Luo, sisältö suoltaa enemmän kuvia "ihanne"vartalomalleista ja tuottaa järjettö- miä uskomuksia ja luuloja joita tavoitellaan. Samaan aikaan toisaalta erilaiset bodypositivity-sivut saavuttavat ihmisiä helpommin. (Poika, 16 v.)

Riippuu todella paljon ihmisen omasta luonteesta ja asennoitumisesta. Median- lukutaito pitäisi muistaa myös somessa. (Poika, 15 v.)

Sosiaalisessa mediassa annetut ulkonäköön liittyvät merkityksenannot ja niiden vaikutukset kokemuksiin itsestä on esitetty kootusti kuviossa 9.



Kuvio 9. Ulkonäölle annettu merkitys sosiaalisessa mediassa ja sen vaikutus nuorten kokemuksiin itsestä

6.2.4 Sosiaalisessa mediassa saadun ulkonäköä koskevan palautteen vaikutus

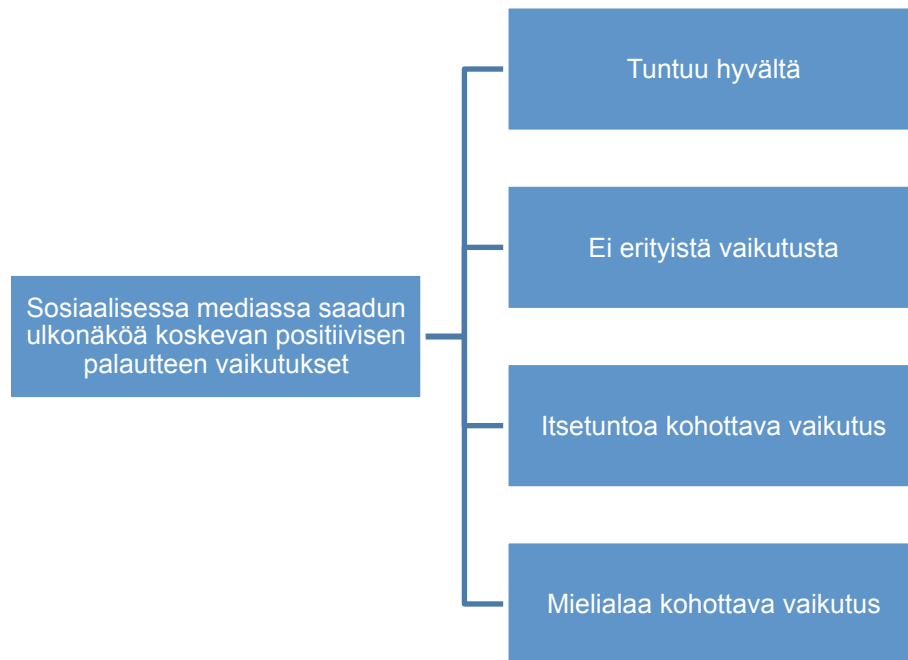
Vastaajista 31 oli saanut sosiaalisessa mediassa positiivisia kommentteja koskien omaa ulkonäköä. Negatiivisia kommentteja koskien omaa ulkonäköä oli saanut myös 13 nuorta. Osa nuorista oli saanut sekä negatiivisia että positiivisia kommentteja.

Positiivisten kommenttien vaikutus

Osa nuorista koki, että sosiaalisessa mediassa saadulla ulkonäköä koskevalla positiivisella palautteella oli positiivisia vaikutuksia ja osan mielestä niillä ei ollut erityistä vaikutusta (ks. kuvio 10). Positiiviset kommentit saivat nuoret tuntemaan hyvältä ja myös se mainittiin, että sosiaalisessa mediassa on mukava saada kehuja kavereilta, koska sitä tapahtuu niin harvoin kasvokkain. Nuorten vastauksista kävi ilmi, että ulkonäköä koskevilla positiivisilla kommentteilla oli sekä itsetuntoa että mielialaa kohottava vaikutus.

Nuoret jotka eivät kokeneet erityistä vaikutusta positiivisilla kommenteilla, perustelivat sitä esimerkiksi niin, että vaikka kommentit tuntuvat kivoilta, niin niillä ei ole kuitenkaan itsetuntoa kohottavaa vaikutusta. Lisäksi selkeästi esille tullut näkökulma oli, että positiivisten kommenttien saaminen koskien ulkonäköä oli niin yleistä, ettei se enää tuntunut siksi miltään. Yksi nuorista epäili, että peruskohteliaisuuksia sosiaalisessa mediassa ei välttämättä tarkoiteta oikeasti, vaan niitä kirjoitetaan vain ollakseen mieliksi toisille. Lisäksi esille tuli näkökulma siitä, että positiiviset kommentit ulkonäköä koskien eivät tunnu miltään, koska sosiaalisessa mediassa ei näytetä samalta, kuin kasvokkain muussa elämässä.

Myös Valkenburg ym. havaitsivat tutkimuksessaan enemmistön eli 78 % nuorista saavan positiivisia kommentteja sosiaalisessa mediassa, ja että sillä on selvä itsetuntoa kohottava vaikutus (Valkenburg, ym., 2006). Heidän tutkimustuloksensa on osittain yhtenevä saamani tuloksen kanssa, sillä osa tutkimukseeni osallistuneista nuorista oli sitä mieltä, että positiivisella palautteella sosiaalisessa mediassa on itsetuntoa nostattava vaikutus ja osa taas totesi, etteivät positiiviset kommentit kohota varsinaisesti itsetuntoa, vaikka ne saisivatkin muuten olon tuntumaan hyvältä. Valkenburgin ym. lisäksi myös Burns totesi, että muiden antama palaute koskien kehoa vaikuttaa siihen, kuinka positiivinen ihmisen minäkuva on (Burns, 1982, s. 51).



Kuvio 10. Sosiaalisessa mediassa saadun ulkonäköä koskevan positiivisen palautteen vaikutukset

Nuorten kommentteja saamastaan positiivisesta palautteesta koskien ulkonäköä ja sen vaikutuksista itseän:

En ole ikinä saanut negatiivisia kommentteja kuviini, sillä ainoa paikka, jossa kuvia julkaisen on Instagram. Siellä kaverini kommentoivat kuviini yleensä ihania kommentteja, lukuun ottamatta paria sarkastista "ilkeätä" kommenttia, jotka nekin vain naurattavat. Kavereilta on kiva kuulla somen kautta kivoja juttuja, sillä harmiksi ei nykyään moni usein livenä kehu. (Tyttö, 17 v.)

Positiivisia saanut, ei sen kummemmin miltään tunnu koska miksikäs tuntuisi. Toinen ihminen kehuu sinua ruudun välityksellä käyttäen emojiä tai muutamaa sanaa ja enhän mä aina näytä siltä kun niissä kuvissa ja tiedostan sen kyllä. (Tyttö, 16 v.)

Positiiviset kommentit kohottavat aina itsetuntoa ja saavat paremmalle tuulelle, negatiiviset taas voivat satuttaa oikeasti ja lisätä epävarmuutta. (Tyttö, 15 v.)

Kun tein ensimmäisen sosiaalisen median tilini, tuntui oudolta kun muut kommentoivat ulkonäköäni. Itse en ole saanut ikinä negatiivista palautetta ulkonäköni liittyen. Kehumisesta tulee hyvä mieli, mutta siitäkin on jo alkanut mennä tavallaan maku, kun enää ei tunnu niin erityiseltä. Se on jo niin yleistä että kehuaan toisia ja kommentoidaan kuviin "kaunis<3" yms... (Tyttö, 16 v.)

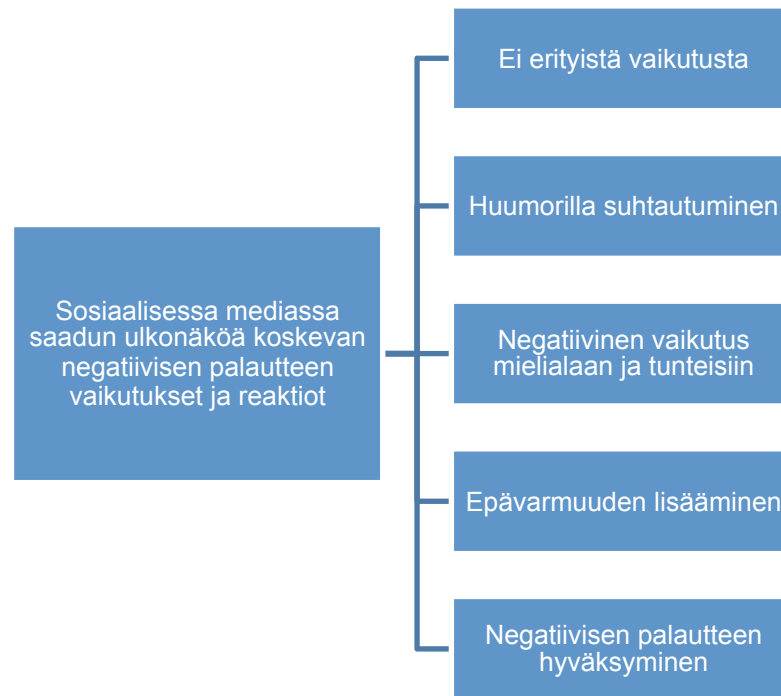
Negatiivisten kommenttien vaikutus ja reaktiot

Nuorista 13 oli saanut sosiaalisessa mediassa negatiivista palautetta koskien ulkonäköään. Negatiivisella palautteella ilmeni erilaisia vaikutuksia nuorissa sekä he myös reagoivat erilailla saatuihin negatiivisiin kommentteihin.

Osa nuorista totesi, ettei negatiivisella ulkonäköä koskevalla kommentoinnilla ole erityistä vaikutusta. Eräs nuorista sanoi, että on vaikea ajatella mitään negatiivisista kommenteista, koska ne ovat tulleet anonyymeinä. Toinen taas totesi, että internetin kautta haukkuminen on helpompaa kuin kasvokkain, joten tästä syystä hän ei ota siitä itseensä. Useampi nuori totesi suhtautuvansa huumorilla saamiinsa negatiivisiin kommentteihin koskien ulkonäköä. Parista vastauksesta kävi ilmi, että haukkumista on jatkunut niin pitkään, että siihen on jo turtunut ja sen takia suhtautuu nykyään huumorilla.

Ulkonäköäni, painoani, äitiäni ja kaikkea mahdollista on yritetty solvata. Mutta olen ollut netissä niin kauan että se on muuttunut viihteeksi kun joku yrittää solvata minua tai läheisiäni. (Poika, 17 v.)

Negatiivisella kommentoinnilla oli myös mielialaa alentavia vaikutuksia. Eräs nuori totesi kommenttien satuttavan ja toinen sanoi, ettei ole iloinen saadessaan haukkuja. Tuloksista kävi myös ilmi, että nuorten mielestä negatiiviset kommentit koskien ulkonäköä lisäävät epävarmuutta. Edellisten lisäksi selvisi, että parin nuoren mielestä negatiivinen palaute on vain hyväksyttävä ja otettava vastaan (ks. kuvio 11).



Kuvio 11. Sosiaalisessa mediassa saadun ulkonäköä koskevan negatiivisen palautteen vaikutukset ja reaktiot

6.2.5 Tykkäysten ja kommenttien merkitys

Verkkokyselyssä selvitin myös, onko nuorten mielestä heidän sosiaalisessa mediassa saamillaan tykkäyksillä ja kommentteilla sekä niiden määrällä vaikutusta ja merkitystä heihin. 17 nuorista kertoi tykkäyksillä ja kommentteilla olevan vaikutusta ja merkitystä, 15 sanoi etteivät ne vaikuta heihin. Kymmenen nuorta oli osittain sitä mieltä, että niillä on vaikutusta ja osittain sitä mieltä, ettei vaikutusta ja merkitystä ole. Lisäksi kolme jätti vastaamatta kysymyksen kokonaan. Kuitenkin enemmistö nuorista oli siis sitä mieltä, että tykkäyksillä ja kommentteilla on merkitys ja vaikutus heihin.

Nuoret joiden mielestä tykkäyksillä ja kommentteilla sekä niiden määrällä oli vaikutusta ja merkitystä heihin, perustelivat asiaa siten, että tykkäykset ja kommentit tuntuvat hyvältä ja kohottavat mielialaa sekä tuovat tietoa siitä, miten itseään voisi parantaa. Ne myös voivat kohottaa tai laskea itsetuntoa ja itseluottamusta. Eräs nuori sanoi, että jos hänen kuvansa ei saa tarpeeksi tykkäyksiä ja kommentteja, hän alkaa pohtimaan kuvan poistamista miellyttääkseen muita. Yksi nuorista totesi myös, että se mistä tykätään ja mikä saa kommentteja, se

lisääntyy. Nuoret toivat lisäksi esille, että tykkäykset ja kommentit saavat vertailemaan itseä muihin ja saattavat lisätä myös kateellisuuden tunnetta.

Nuoret kommentoivat tykkäysten ja kommenttien merkitystä muun muassa seuraavasti:

Kommenttien ja tykkäysten määrä varsinkin Instagramissa vaikuttaa minuun jollain lailla. Tuntuu kyllä ikävältä, jos edellinen kuva on saanut 100 tykkäystä ja seuraava saa vain 60. Heti tulee semmoinen olo, että tähän on paljon huonompi kuva. Muiden mielipiteet vaikuttavat kuitenkin. Mukavat kommentit voivat saada paljon paremmalle tuulelle ja iloiseksi. (Tyttö, 15 v.)

No siis. Järkeä sanoo että ei niillä kommentteilla ja tykkäyksien määrällä oo mitään väliä. Mutta kyllä ne aina vähän vaikuttaa kun vertailee saamiensa tykkäyksiä ja kommenttien määrää kavereitten. Hirveetä sanoo mutta kyllä siinä joskus tulee vähän kateutta. (Tyttö, 16 v.)

Ei ole, mutta välillä mietin mitä muut ajattelevat kuvieni tykkäysten määrästä. Tietysti sitä aina haluaisi että niitä olisi enemmän mutta ei niistä hyödy / ei ne onnea tuo. (Tyttö, 17 v.)

Kyllä. Kommentit ja tykkäykset parantavat minun tietoa miten minun pitäisi parantaa itseäni. (Poika, 15 v.)

Ei oikeastaan. Onhan mukavia kommentteja aina kiva saada, mutta liiallinen itsetunnon rakentaminen sometykkäysten ja kommenttien varaan on todella lyhytnäköistä. (Poika, 15 v.)

Määrä ei kiinnosta, jos se ei ole erityisen suuri. Muutama kymmenen tykkäystä on normaali ja sataakaan ei erityisemmin kiinnosta. Toki ne nostavat jonkun verran itseluottamusta, samoin kuin harvinaisen pienen kannatus laskee. Enemmän kuitenkin annan arvoa kommentteille ja mahdollisuudelle ottaa palautetta ja keskustella. Se on paljon mukavampaa. (Poika, 16 v.)

Kyllä vaikuttavat. Sitä miettii pitäisikö esim. poistaa joku kuva jossa on vähiten tykkäyksiä ja sitä kautta miellyttää muita. (Tyttö, 16 v.)

Myös Valkenburgin ym. (2006) sekä ebrand Suomi Oy:n ja Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalveluiden (2016) tutkimusten nuoret olivat samaa mieltä tykkäysten ja kommenttien merkityksestä, kuin enemmistö tutkimukseni nuorista. Valkenburgin ym. sekä ebrand Suomi Oy:n ym. tutkimuksista selvisi, että nuorille oli tärkeää, millaisia reaktioita heidän julkaisemansa sisältö sosiaalisessa mediassa saa toisilta sosiaalisen median käyttäjiltä. Tykkäysten määrällä koettiin olevan merkitystä sekä sillä, olivatko kommentit negatiivisia vai positiivisia. (Valkenburg ym., 2006; ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016.) Vertaispalautteella onkin todettu olevan suuri vaikutus

nuorten kokemuksiin itsestä (Burns, 1979, s. 158–183; ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016; Keltikangas-Järvinen, 1994, s. 112–114; Valkenburg ym., 2006).

6.2.6 Käytöksen ja olemuksen muuttuminen sosiaalisessa mediassa

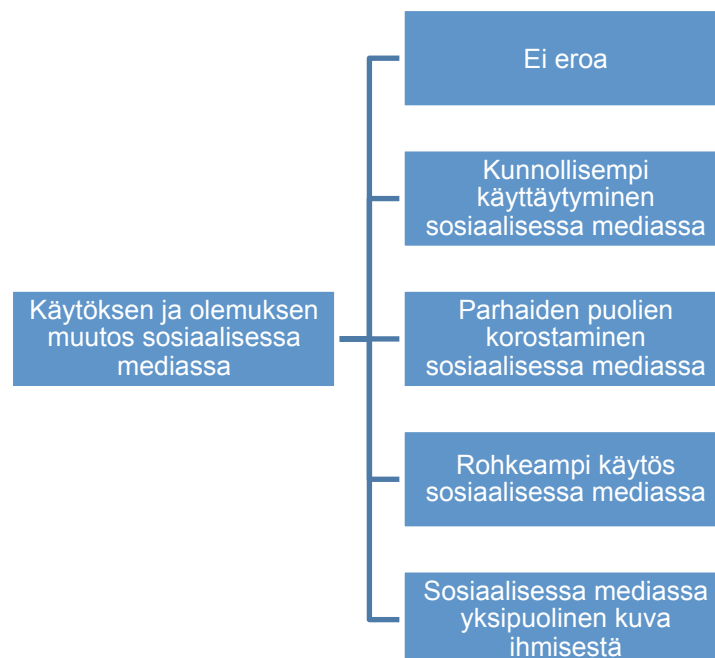
Selvitin tutkimuksessani ovatko nuoret samanlaisia käytökseltään ja ulkoiselta olemukseltaan sosiaalisessa mediassa, kuin mitä he ovat sen ulkopuolella muussa elämässä. Osa nuorista oli sitä mieltä, että heidän käytöksensä ja olemuksensa eivät eroa mitenkään sosiaalisen median ja muun elämän välillä.

Osa nuorista taas kertoi käyttäytyvänsä kunnollisemmin sosiaalisessa mediassa, kuin mitä muussa elämässä. He kertoivat hillitsevänsä ja siistivänsä käytöstään esimerkiksi siten, etteivät kiroile niin paljon sosiaalisessa mediassa ja jättävät tietynlaiset vitsit kertomatta, koska niitä ei ymmärretä välttämättä samalla lailla kuin kasvokkain. Nuoret kertoivat myös korostavansa sosiaalisessa mediassa parhaita puoliaan. Siellä kuvissa näytetään paremmalta kuin kasvokkain. Eräs nuorista totesi olevansa ”viileämpi” ja huomionhakisempi sosiaalisessa mediassa. Osa nuorista kertoi, että sosiaalisessa mediassa yritetään tuoda parhaat puolet esille sen takia, että saataisiin enemmän kiinnostusta ja seuraajia.

Toiset nuorista toivat esille myös sen, että sosiaalisessa mediassa käyttäytyään rohkeammin, kuin muussa elämässä. Sosiaalisessa mediassa uskalletaan sanoa asioita, joita ei kasvokkain uskalletaisi. Osa nuorista totesi olevansa rohkeampi ja räväkempi versio itsestään sosiaalisessa mediassa. Siellä oltiin myös ulospäin suuntautuneempia, avoimempia ja sosiaalisempia. Eräs nuori toi esille sen, että hän vaikuttaa älykkäämmältä ja kiinnostavammalta sosiaalisessa mediassa, koska kasvotusten tapahtuvat sosiaaliset tilanteet ovat hänelle vaikeita, sillä hän menee jumiin niissä. Yksi nuori totesi myös, että sosiaalisessa mediassa ujon ja hiljaisen ihmisen on helpompi ottaa kantaa asioihin ja kirjoittaa pitkiäkin tekstejä. Myös Salokoski ja Mustonen ovat havainneet että internetin kautta yhteydenotto etenkin tuntemattomiin ihmisiin on helpompaa, kuin kasvokkain, koska ujo henkilö voi tuoda itseään julkisesti esille ilman, että asettaa persoonaansa täysin alttiiksi (Salokoski & Mustonen, 2007, s. 23).

Sosiaalisen median anonyyminä kirjoittamisen mahdollisuus tuotiin esille nuorten vastauksissa sekä hyvänä että huonona asiana. Toisaalta anonyyminä oli helpompi kirjoittaa ikäviä kommentteja, mutta taas toisaalta anonyyminä pystyttiin sanomaan oma mielipide rohkeammin. Nuorten vastauksissa nousi myös esille, että sosiaalisessa mediassa näytetään vain osa itsestä eli sitä kautta saatetaan saada vain yksipuolinen kuva ihmisestä.

Seuraavassa kuviossa (kuvio 12) esitetään kootusti vastaajien kokema sosiaalisessa mediassa tapahtuva käyttäytymisen tai olemuksen muuttuminen.



Kuvio 12. Käytöksen ja olemuksen muutos sosiaalisessa mediassa

Nuorten kommentteja käytöksen ja olemuksen muutoksesta sosiaalisessa mediassa:

Olen somessa avoimempi ja keskusteluhaluiskempi, saan ajatukseni paremmin kasaan. Koen oikeat sosiaaliset tilanteet vaikeiksi ja sekoan niissä usein, unohtelen asioita enkä tule ajatelleeksi tilanteita yhtä laajalti. Uskon olevani älykkäämpi ja kiinnostavampi somessa kuin oikeassa maailmassa. (Poika, 16 v.)

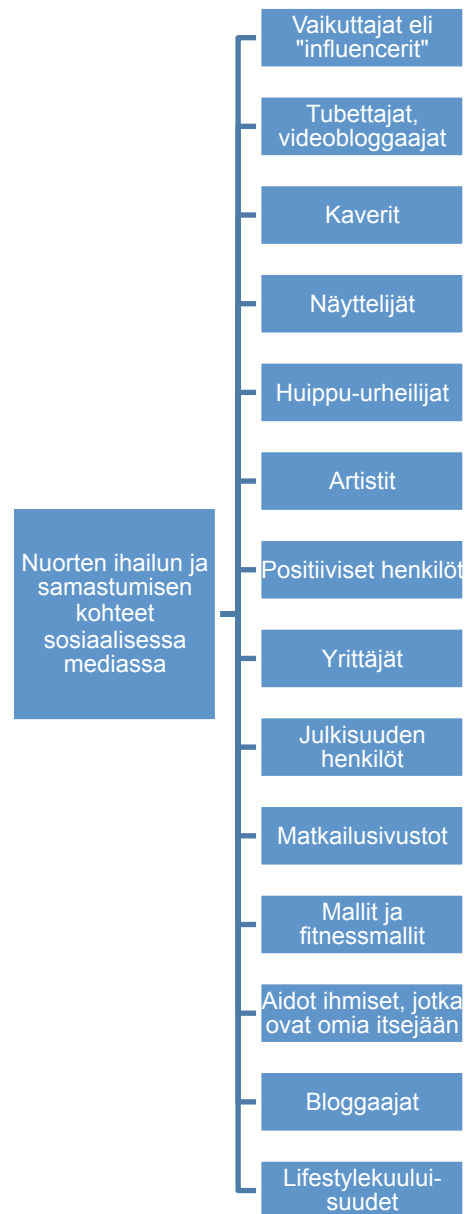
Mielestäni kyllä, näytän erilaiselta somessa kuin muuten, mutta se on aika yleistä että ihminen yrittää tuoda itsestään parhaat puolensa esiin ja siten saada seuraajia ja muiden kiinnostusta. (Tyttö, 16 v.)

Jonkin verran. Olen ujo ja hiljainen ja somessa voin kirjoittaa pitkiäkin tekstejä ja ottaa kantaa. (Tyttö, 16 v.)

En kuitenkaan koe voivani olla vapaasti oma itseni. Usein pelkonani on että ihmiset tuomitsevat tekemiseni tai käytökseni sosiaalisessa mediassa, joten pyrin olemaan mahdollisimman huomaamaton enkä paljasta itsestäni läheskään niin paljon asioita kuin oikeasti arkielämässä. Kiinnostusten kohteideni (esim. virkkaus) takia olen luonut someen käyttäjiä muulla kuin omalla nimelläni, jotta voin perehtyä aiheisiin mahdollisimman tarkasti ilman muiden huomiota. (Tyttö, 15 v.)

6.2.7 Samastumisen ja ihailun kohteet sosiaalisessa mediassa

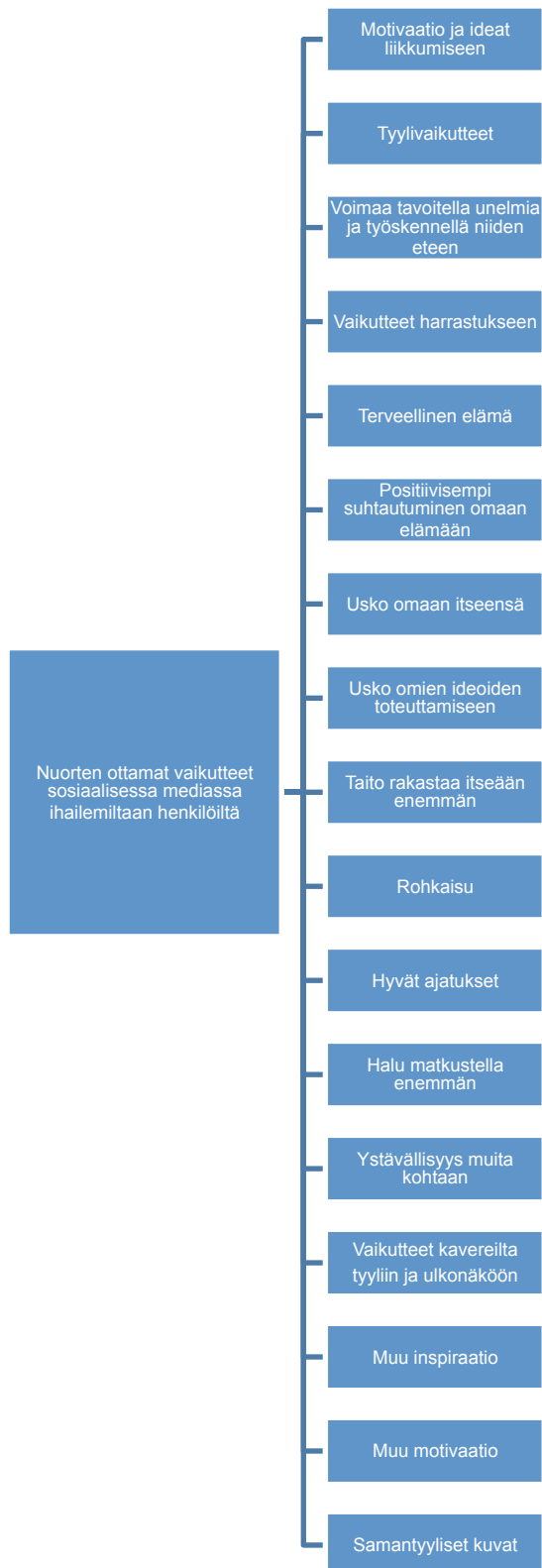
Tutkimuksessa selvitin myös minkälaisia henkilöitä nuoret ihailevat sosiaalisessa mediassa ja ottavatko he jonkinlaisia vaikutteita itseensä heiltä. Nuoret kertoivat ihailevansa sosiaalisen median vaikuttajia eli ”influencereita”, tubettajia ja videobloggaajia, kavereitaan, näyttelijöitä, huippu-urheilijoita, artisteja, positiivisia henkilöitä, yrittäjiä, julkisuuden henkilöitä, matkailusivustoja, malleja, fitnessmalleja, ihmisiä jotka ovat aitoja omia itsejään, bloggaajia sekä lifestylekuvailuisuuksia (ks. kuvio 13).



Kuvio 13. Nuorten ihailun ja samastumisen kohteet sosiaalisessa mediassa

Kysyttäessä syitä miksi nuoret ihailivat juuri tiettyjä ihmisiä sosiaalisessa mediassa, esille nousi seuraavia asioita: työetiikka, tyyli, taiteellisuus, rohkeus sanoa asioita, itsevarmuus, hienot kuvat, liikunnallisuus, ulkonäkö, opettavaisuus, hauskuus, aito oma itsensä, tärkeistä asioista puhuminen, meikit, vaatteet, samat aatteet kuin itsellä, hyvä näyttelemään, matkustelu, ajatukset, työ ja ura, positiivisuuden levittäminen, rohkaisevat kuvat, älykkyys, rohkeus ja innovatiivisuus.

Nuoret toivat esille myös millaisia vaikutteita he ottivat ihailemiltaan henkilöiltä omaan elämäänsä (ks. kuvio 14). He saivat motivaatiota ja ideoita liikkumiseen, inspiraatiota omaan tyyliin, voimaa jahdata unelmia ja tehdä töitä niiden eteen, vaikutteita harrastukseen, terveellisen elämän vaikutteita ja omaan elämään positiivisempaa suhtautumista. Ihaillut henkilöt loivat myös uskoa omaan itseensä ja omien ideoiden toteuttamiseen, sekä lisäsivät taitoa rakastaa itseään enemmän. Näiltä henkilöiltä sai myös rohkaisua sekä heiltä poimittiin ajatuksia. Lisäksi ihaillut henkilöt herättivät halun matkustella enemmän sekä saivat olemaan ystävällisempiä muita kohtaan. Muutama nuori kertoi ottavansa kaveristaan sosiaalisessa mediassa esimerkkiä muun muassa tyyliin ja ulkonäköön. Ylipäänsä ihaillut henkilöt toimivat monipuolisesti inspiraation antajina ja motivoijina. Eräs nuori sanoi myös, että pyrkii julkaisemaan samantyyllisiä kuvia, kuin ihailemansa henkilöt sosiaalisessa mediassa.



Kuvio 14. Nuorten ottamat vaikutteet sosiaalisessa mediassa ihailemiltaan henkilöiltä

Nuorten mietteitä siitä, keitä he ihailevat sosiaalisessa mediassa, mistä syystä, ja millaisia vaikutteita he ottavat ihailun kohteilta:

Useita. Vaihtelevat harrastuskanavat youtubessa, muualla somessa Elon Musk ja Richard Branson. Yhdistävänä tekijänä voisi pitää älykkyyttä, rohkeutta ja innovatiivisuutta sekä oman alan osaamista. Koen heidän antaneen minulle uskoa omaan itseeni ja siihen että voin onnistua toteuttamaan ideoitani. (Poika, 16 v.)

Ihailen esim. monia artisteja ja näyttelijöitä. He julkaisevat sisältöä omasta elämästään ja urastaan. Otan paljon vaikutteita ihailemiltani ihmisiltä, esim. olen tahtonut elää terveellisemmin, rakastaa itseäni tai olla ystävällisempi. (Tyttö, 16 v.)

Koitaa olla ihailematta liikaa ihmisiä sosiaalisessa mediassa, sillä he näyttävät elämästään vain vähän. Ihailen kylläkin joidenkin youtubeen sisältöä postaavien työetiikkaa ja sitä, miten he jaksavat päivittäin kuvata videoita, editoida ja postata ne yksinään ilman minkäänlaista tiimiä. Tästä saan voimaa jaksaa jahdata unelmia ja tehdä töitä niiden eteen. (Tyttö, 17 v.)

Juu julkkiksia ja ihmisiä keillä on hienoja kuvia ja nice feedi. Ihailen paria bloggaajaa sekä esimerkiksi yhtä liikunnallista julkkista jolta saa aina motivaatiota ja ideoita liikkumiseen. (Tyttö, 17 v.)

Ihailen ihmisiä, jotka uskaltavat olla omia itsejään eivätkä aina kaunistele elämänsä vaan näyttävät ettei kaikki aina suju elämässä. (Tyttö, 15 v.)

Tutkimukseni havainnot nuorten ottamista vaikutteista sosiaalisen median henkilöiltä olivat samansuuntaisia Nopparin tutkimustulosten kanssa. Hän havaitsi tutkimuksessaan nuorten ottavan vaikutteita sosiaalisen median julkisuuden henkilöiltä, kuten Instagram-vaikuttajilta ja YouTuben videobloggaajilta. Nämä vaikutteet olivat esimerkiksi tyyli- ja pukeutumisvaikutteita. Lisäksi nuoret tekivät ostopäätöksiä sosiaalisen median idoleiden suositusten perusteella. (Noppari, 2014, s. 124.)

6.2.8 Sosiaalisen median positiiviset vaikutukset

Nuoret saivat kertoa mitkä olivat heidän mielestään sosiaalisen median positiiviset vaikutukset heihin itseensä (ks. kuvio 15). Positiivisina vaikutuksina nähtiin tieto, oppiminen ja kehittyminen, yhteydenpito ja kaverit, viihde ja harrastukset, vaikeina hetkinä auttaminen, iloisuuden lisääminen, mielipiteiden ja tunteiden rohkeampi esilletuominen, kiinnostuksen kohteet, inspiraatio ja motivaatio sekä itsetunnon kohoaminen.

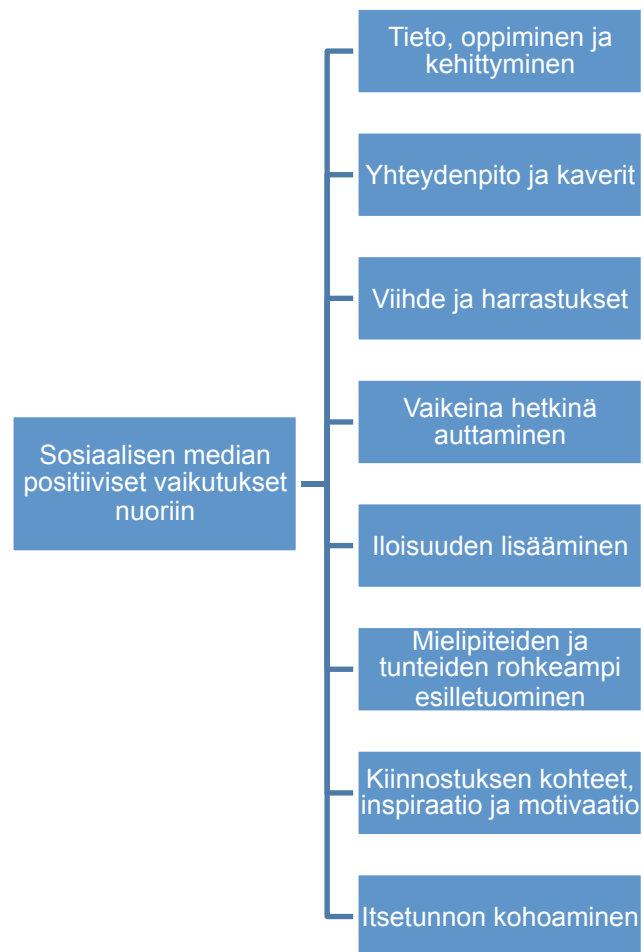
Nuoret näkivät sosiaalisen median olevan hyvä tiedonlähde, jonka kautta pystyi oppimaan uutta ja pysymään ajan tasalla asioista. Sosiaalinen media toi uusia näkökulmia, kehitti nuoria ja laajensi heidän maailmankuvaansa. Sieltä löytyi myös auttavia vinkkejä.

Yhteydenpito ja kaverit olivat myös sosiaalisen median positiivisia vaikutuksia. Sosiaalisen median kautta sai helposti ja nopeasti yhteyden toisiin, kuten kavereihin, perheeseen ja sukulaisiin. Sen kautta tuli pidettyä aktiivisemmin yhteyttä ihmisiin, etenkin kaukana asuviin. Sosiaalisen median välityksellä pystyi tutustumaan myös uusiin ihmisiin. Nuorten mielestä sosiaalinen media vähensi myös yksinäisyyden tunnetta ja lisäsi yhteenkuuluvuuden tunnetta. Sen kautta oli helppo seurata kavereiden elämää ja jakaa samalla omaa elämäänsä muille.

Sosiaalisen median positiivisia vaikutuksia olivat lisäksi viihde ja harrastukset. Nuoret viihtyivät sosiaalisen median kautta esimerkiksi kuunnellessaan musiikkia, katsellessaan videoita, pelatessaan ja selaillaan hauskoja meemejä. Osalle nuorista sosiaalinen media toimi myös harrastuksen ylläpitokeinona, esimerkiksi jos pelaaminen oli heidän harrastuksensa. Moni nuorista toi esille sen, että sosiaalinen media oli heille tekemistä, sisältöä päivään ja ajan kuluttamista.

Osa nuorista kertoi, että sosiaalinen media on auttanut heitä vaikeina hetkinä, koska sitä kautta saa ajatukset muualle ja voi jutella murheista kavereiden kanssa. Nuoret lisäsivät myös sosiaalisen median tuovan iloa elämään esimerkiksi hyvän ilmapiirin kautta. Sosiaalisessa mediassa nuoret kokivat pystyvänsä tuomaan omia mielipiteitä ja ajatuksiaan rohkeammin esille. Siellä oli myös helpompi puhua omista tunteista.

Usea nuori toi esille sosiaalisen median positiivisena vaikutuksena kiinnostuksen kohteet, inspiraation ja motivaation. Siellä pystyi seuraamaan kiinnostuksen kohteita ja löytämään muutenkin kiinnostavaa sisältöä. Nuoret saivat sosiaalisesta mediasta inspiraatiota ja motivaatiota esimerkiksi katsellessaan kuvia. Yksi esille noussut positiivinen vaikutus oli itsetunnon kohoaminen. Nuoret kertoivat positiivisten kommenttien kohottavan heidän itsetuntoaan.



Kuvio 15. Sosiaalisen median positiiviset vaikutukset nuoriin

Nuorten kommentteja sosiaalisen median positiivisista vaikutuksista:

Some tuo elämään kiinnostavaa sisältöä ja näkökantoja. Se antaa minulle paljon uutta ajateltavaa ja kehittää minua. (Poika, 16 v.)

Kiinnostusten kohteiden seuraaminen ja hyvät internet-ystävät. Ne tuovat iloa ja inspiraatiota elämääni. (Tyttö, 16 v.)

Yhteenkuuluvuuden tunne. (Tyttö, 15 v.)

Tietoa kiinnostuksen kohteista, kaverisuhteiden ylläpito helppoa, positiiviset kommentit kohottavat itsetuntoa. (Tyttö, 15 v.)

Parasta on se, että kaverit on helposti tavoitettavissa. Niitten kaa voi jutella murheita ja ne piristää. Ja itse kun olen tyyppi joka ei oikeestaan ikinä puhu tunteistaan niin se on somessa helpompaa. (Tyttö, 16 v.)

6.2.9 Sosiaalisen median negatiiviset vaikutukset

Sosiaalisen median negatiivisiksi vaikutuksiksi nuoret kertoivat ilkeät ihmiset ja vihan tunteet sosiaalisessa mediassa sekä sen, että sosiaalinen media vie liikaa aikaa. Lisäksi sosiaalisen median katsottiin luovan paineita ja olevan haitaksi fyysiselle kunnolle sekä unelle. Huono puoli oli myös, että täytyy olla aina tavoitettavissa ja päivittää sisältöä. Lisäksi nuoret kertoivat sosiaalisen median vääristävän minäkuvaa ja että sosiaalisella medially on negatiivinen vaikutus sosiaalisille suhteille. Myös liika tiedonmäärä oli yksi negatiivinen vaikutus. (Ks. kuvio 16.)

Osa nuorista kertoi, että heitä ärsyttävät ihmiset, jotka purkavat sosiaalisen mediaan vihan tunteita tai ovat ylipäänsä ilkeitä siellä. Eniten nuorten vastauksissa ilmi tullut negatiivinen vaikutus heihin oli, että sosiaalinen media vie liikaa aikaa. Sosiaalisella medially oli koukuttava vaikutus ja siellä huomattiin vietettävän yhtäkkiä aivan liikaa aikaa, vaikka oikeasti olisi pitänyt tehdä jotain muuta, kuten lukea kokeisiin. Jotkut nuorista kertoivat etteivät teekään muuta, kuin ovat sosiaalisessa mediassa. Monet olivat sitä mieltä, että hukkaavat aikansa sosiaalisen median käyttöön. Eräs nuori totesi, ettei kukaan enää elä hetkessä, koska sosiaalinen media on vienyt kaikki ihmiset mukanaan.

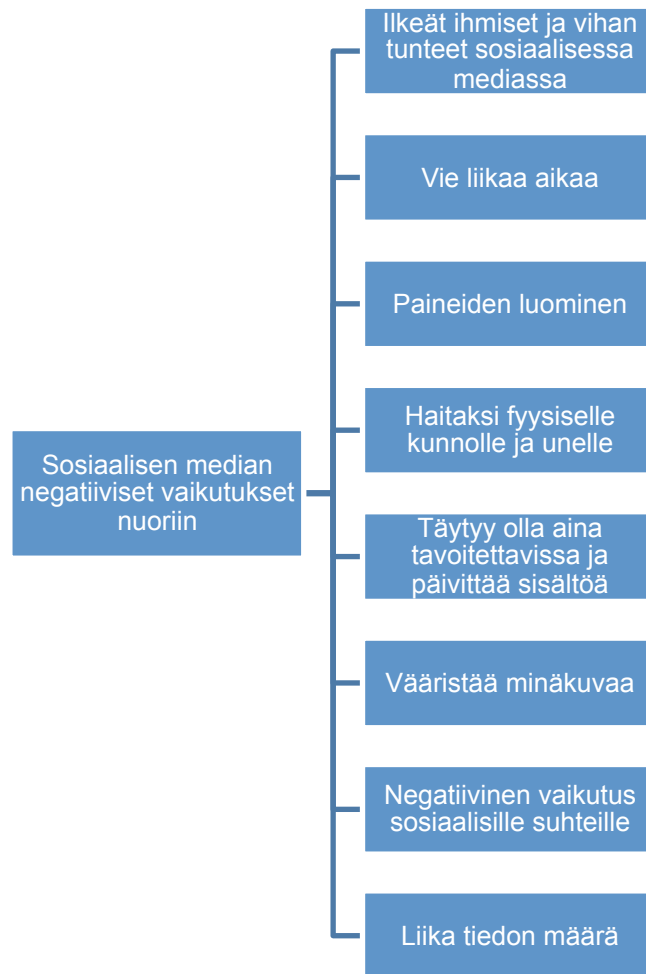
Yksi negatiivinen vaikutus, joka nousi esille todella monessa vastauksessa oli se, että sosiaalinen media luo paineita. Nuorten mielestä sosiaalinen media luo sekä ulkonäköpaineita että muunlaisia paineita. Sen katsottiin madaltavan itsetuntoa ja luovan riittämättömyyden tunnetta nuorille. Sosiaalisessa mediassa koettiin myös syrjintää. Lisäksi ulkonäköön ja elämäntyyliin kohdistuvien paineiden katsottiin laskevan mielialaa. Nuoret kertoivat sosiaalisen median saavan heidät vertaamaan itseään muiden elämään. Ilkeät kommentit, anonyymina tapahtuva haukkuminen ja negatiivinen palaute vaikuttivat nuoriin myös negatiivisesti.

Nuorten vastauksissa toistui lisäksi se, että sosiaalinen media on haitaksi fyysiselle kunnolle ja yöunille. Nuorten kunto huonontui sosiaalisessa mediassa vietetyn ajan vuoksi ja joillakin nuorista se vei aikaa pois myös urheilulta. Sosiaali-

sen median selaaminen lisäsi niska- ja hartiakipuja. Usea nuori toi esille sosiaalisen median negatiivisen vaikutuksen uneen. Nukahtamisen katsottiin olevan vaikeampaa ja yöunet lyhentyivät sosiaalisessa mediassa vietetyn ajan vuoksi, koska ei maltettu mennä ajoissa nukkumaan.

Sosiaalisen median negatiivinen vaikutus nuoriin oli lisäksi se, että täytyi olla koko ajan tavoitettavissa ja päivittää sisältöä. Nuoret kokivat etteivät voineet rauhoittua ja sulkea ulkomaailmaa pois, koska täytyi olla aina tavoitettavissa. Sosiaalinen media toi myös osalle nuorista olon, että on pakko päivittää uutta sisältöä. Osa heistä koki myös syyllisyyden tunnetta siitä, jos he eivät olleet tarkistaneet puhelintaan hetkeen.

Sosiaalisen median koettiin myös vääristävän minäkuvaa. Negatiivisena vaikutuksena tuli lisäksi ilmi sosiaalisen median haittavaikutukset sosiaalisiin suhteisiin. Nuoret kokivat sosiaalisen median kasvattavan epäsosiaalisuutta ja huonontavan sosiaalisia taitoja. Osa heistä totesi sosiaalisen median olevan haitaksi kaveri ja -parisuhteille. Kaikkien edellisten lisäksi sosiaalisen median huonona puolena nuoret toivat esiin liiallisen tiedon määrän, joka siellä on.



Kuvio 16. Sosiaalisen median negatiiviset vaikutukset nuoriin

Nuorten kommentteja sosiaalisen median negatiivisista vaikutuksista:

Välillä tuntuu siltä, että some on vetäissyt kaikki meidät mukanaan eikä kukaan enää elä hetkessä. Tämä tuntuu välillä inhottavalta. Myös ulkonäköpaineet vaikuttavat minuun paljon, vaikka teen parhaani mukaan töitä itseni kanssa jotta olisin sinut itseni kanssa juuri sellaisena kuin olen. (Tyttö, 17 v.)

Niska- ja hartiakivut, nukahtaminen hitaampaa puhelimen takia. Some myös velvoittaa: tunnen syyllisyyttä jos en ole katsonut puhelinta pariin tuntiin. (Tyttö, 16 v.)

Se vie huomaamatta erittäin paljon aikaa, yhtäkkiä voin tajuta että piti lukea ko-keeseen mutta olenkin seurannut instagramia vain tunnin. (Tyttö, 17 v.)

Nykyään on niin oletettavaa että yhteyden saa kehen tahansa milloin vain, ettei voi enää olla koko päivää katsomatta puhelinta ja rentoutua yksin sulkien ulko-maailman pois. (Tyttö, 17 v.)

Musta on tullut puhelinaddikti ja en enää urheile jos ei oo pakko. (Tyttö, 17 v.)

Voi saada vääristyneen minäkuvan. (Tyttö, 15 v.)

Ulkonäköpaineet jotka välillä aiheuttaa ahdistuksen tunnetta. (Tyttö, 16 v.)

Syrjintä. (Poika, 17 v.)

Välillä tuntuu ettei ole tarpeeksi hyvä/kaunis/rikas. (Tyttö, 17 v.)

Some vie suuren osan ajastani, eikä pitkällä tähtäimellä anna takaisin niin paljoa kuin tehokkaampi ajankäyttö antaisi. Joskus kadun ajankäyttöäni ja kärsin siitä, että läksyjen teko ja muu opiskelu jää turhan myöhään. (Poika, 16 v.)

Jatkuvat ulkonäköön ja elämäntyyliin kohdistuvat paineet voivat laskea mielialaa ja niitä lähtee helposti vertailemaan omaan elämäänsä. (Tyttö, 16 v.)

6.3 Yhteenveto tuloksista

6.3.1 15–17-vuotiaat nuoret sosiaalisen median käyttäjinä

Nuorten viisi käytetyintä sosiaalisen median sivustoa ja -sovellusta olivat YouTube (44 käyttäjää, 98 %), WhatsApp (43 käyttäjää, 96 %), Instagram ja Snapchat (39 käyttäjää, 87 %), Spotify (37 käyttäjää, 82 %) sekä Facebook (34 käyttäjää, 76 %). Nuoret saivat itse mainita mitkä sivustoista ja sovelluksista olivat heidän suosikkejaan. Suosikeista erottui selkeä kärkinelikko: Snapchat (22 ääntä), Instagram (17 ääntä), YouTube (14 ääntä) ja WhatsApp (13 ääntä).

Nuoret kertoivat suosikkisivustojen ja -sovellusten käyttösyitä. Näitä olivat yhteydenpito, oppiminen ja hyöty, yhteisöt ja ryhmät, viihde ja ajanviete, inspiraatio, kiinnostavat ihmiset ja sisältö, oman elämän jakaminen ja itseilmaisu, muiden elämän seuraaminen, keskusteleminen tuntemattomille ja uusiin ihmisiin tutustuminen, ”koska muutkin käyttävät” sekä monipuolinen sisältö.

Enemmistö nuorista eli 24 (53 %) käytti sosiaalista mediaa päivittäin noin 3–4 tuntia. Jopa 11 nuorta (24 %) ilmoitti käyttävänsä sosiaalista mediaa päivittäin viisi tuntia tai yli. Yhdestä kahteen tuntiin päivittäin käytti kahdeksan nuorta (18 %). Alle tunnin päivittäin sosiaalista mediaa käytti vain kaksi nuorta (4 %).

Nuoret kertoivat sosiaalisen median käyttötapojaan. Niitä olivat viihde ja ajan kuluttaminen, toisten elämän seuraaminen, oppiminen ja tiedonhankinta, yhtey-

denpito ja keskustelu, uutiset ja ajankohtaiset asiat, oman elämän jakaminen ja sisällön julkaiseminen, kiinnostuksen kohteiden ylläpito ja inspiraation etsiminen. Nuoret julkaisivat sosiaalisessa mediassa sisältöä aiheista, kuten kuvat itsestä, eläimet ja lemmikit, matkat ja kulttuuri, uutiset ja ajankohtaiset asiat, konsertit, huumori, maisema- ja luontokuvat, kaverit, harrastukset, oma elämä ja arki, muistot ja tapahtumat, satunnaiset kommentit ja viestit, sekalainen sekä elämäntyö.

6.3.2 Sosiaalisen median vaikutukset nuorten kokemuksiin itsestä

Tutkimukseen osallistuneista 45 nuoresta 25 ei ollut kokenut kiusaamista sosiaalisessa mediassa. 17 nuorta puolestaan oli kokenut kiusaamista sosiaalisessa mediassa sekä lisäksi kolme nuorta ilmoitti kokeneensa sellaista kiusaamista, mitä eivät välttämättä luokittelisi kiusaamiseksi tai kiusaajan tarkoituksena ei ole välttämättä ollut kiusaaminen. Nuoret olivat kokeneet seuraavanlaisia kiusaamisen tyyppejä sosiaalisessa mediassa: anonyymi kiusaaminen, uhkailu, seksuaalissävyytteinen kommentointi, kuvien julkaiseminen ilman lupaa, ulkonäköön kohdistuva kiusaaminen, mielipiteiden haukkuminen, tekemisiin ja tapahtumiin kohdistuva kiusaaminen, haukkuminen ja nimittely, ryhmäkiusaaminen, kavereiden vitsailu sekä roskaposti.

Tutkimukseen osallistuneista nuorista 36 vastasi, ettei ole kiusannut toisia sosiaalisessa mediassa. Viisi nuorta puolestaan ilmoitti kiusanneensa jotakuta sosiaalisessa mediassa. Lisäksi neljä vastaajaa jätti vastaamatta kysymykseen kokonaan. Yksi vastaajista oli julkaissut huumorilla kaveristaan hölmönnäköisen kuvan, eikä kaveri ollut pitänyt siitä. Toinen nuori puolestaan kertoi satunnaisesti ”piikittelevänsä” kommentteillaan kavereita ja tuttujaan.

Sosiaalisella medalla oli myös merkitystä nuorten sosiaalisten suhteiden ja kiinnostuksen kohteiden ylläpitoon. Nuoret saivat sen kautta uusia kavereita ja inspiraatiota. Sosiaalisen median avulla pidettiin yhteyttä toisiin sekä ylläpidettiin fanikulttuuria. Sosiaalisen median koettiin toisaalta olevan joskus haitaksi kasvokkain näkemiselle sekä sitä käytettiin myös harrastusten ylläpitoon. Sosi-

aalinen media toimi kaverisuhteiden syventäjänä ja sen kautta pystyi tukemaan kavereita vaikeina aikoina.

Tutkimuksessani selvitin myös ulkonäölle annettua merkitystä sosiaalisessa mediassa, ja miten se vaikuttaa nuorten kokemuksiin itsestä. Nuoret kertoivat, että sosiaalinen media loi ulkonäköihanteita sekä vääristettyä kuvaa todellisuudesta. Vääristetty kuva todellisuudesta syntyi muun muassa siten, että elämästä näytetään vain paras puoli, kuvissa poseerataan ja kuvia muokataan paljon. Sosiaalisessa mediassa haettiin hyväksyntää ulkonäön keinoin. Lisäksi nuorten mukaan sosiaalinen media asetti ulkonäön arvostelun kohteen alaiseksi. Osa nuorista ei kuitenkaan kokenut, että ulkonäöllä olisi merkitystä sosiaalisessa mediassa.

Tutkimukseen osallistuneista nuorista 31 oli saanut sosiaalisessa mediassa positiivisia kommentteja koskien ulkonäköä. Negatiivisia kommentteja koskien omaa ulkonäköä oli saanut myös 13 nuorta. Osa vastaajista oli saanut sekä negatiivisia että positiivisia kommentteja. Positiiviset kommentit olivat saaneet nuoret tuntemaan olonsa hyväksi ja ne myös kohottivat heidän mielialaansa. Nuorten mielestä myös itsetunto kohosi, kun he saivat positiivisia kommentteja koskien ulkonäköä. Negatiivisilla kommentteilla oli puolestaan negatiivinen vaikutus mielialaan ja tunteisiin. Niiden koettiin myös lisäävän epävarmuutta. Osa nuorista oli kuitenkin saanut niin pitkään sosiaalisessa mediassa negatiivisia kommentteja koskien heidän ulkonäköään, että he kertoivat suhtautuvansa nykyään niihin huumorilla ja oppineensa vain hyväksymään negatiivisen palautteen.

Esille nousivat lisäksi tykkäysten ja kommenttien merkitys sosiaalisessa mediassa. 17 nuorista kertoi tykkäyksillä ja kommentteilla olevan vaikutusta ja merkitystä, 15 nuorista puolestaan sanoi, etteivät ne vaikuta heihin. Lisäksi kymmenen nuorta oli osittain sitä mieltä, että niillä on vaikutusta ja osittain sitä mieltä, ettei vaikutusta ja merkitystä ole. Kolme jätti vastaamatta kysymykseen. Enemmistö nuorista oli siis sitä mieltä, että tykkäyksillä ja kommentteilla on merkitys ja vaikutus heihin.

Tutkimuksessa kysyin nuorilta myös, eroaako heidän käytös ja ulkoinen olemus jotenkin sosiaalisen median ja muun elämän välillä. Osa nuorista oli sitä mieltä, ettei eroa. Osa nuorista puolestaan kertoi korostavansa sosiaalisessa mediassa parhaita puoliaan. Toiset olivat sitä mieltä, että he pystyivät käyttäytymään rohkeammin sosiaalisessa mediassa, kuin kasvokkain. Toiset nuoret myös kertoivat käyttäytyvänsä kunnollisemmin sosiaalisessa mediassa. Myös se tuotiin esille, että sosiaalisessa mediassa voi saada ihmisestä melko yksipuolisen kuvan.

Nuoret löysivät sosiaalisesta mediasta samastumisen ja ihailun kohteita. Tällaisia kohteita olivat vaikuttajat eli ”influencerit”, tubettajat ja videobloggaajat, kaverit, näyttelijät, huippu-urheilijat, artistit, positiiviset henkilöt, yrittäjät, julkisuuden henkilöt, matkailusivustot, mallit ja fitnessmallit, aidot ihmiset jotka ovat omia itsejään, bloggaajat sekä lifestylekuuluisuudet.

Vaikutteet, joita nuoret ottivat sosiaalisessa mediassa ihailemiltaan henkilöiltä olivat motivaatio ja ideat liikkumiseen, tyyli-vaikutteet, voimaa tavoitella unelmiin ja työskennellä niiden eteen, vaikutteet harrastukseen, terveellisen elämän vaikutteet ja positiivisempi suhtautuminen omaan elämään. Vaikutteita olivat myös usko omaan itseensä ja omien ideoiden toteuttamiseen, taito rakastaa itseään enemmän, rohkeus, hyvät ajatukset, halu matkustella enemmän, ystävällisyys muita kohtaan, kavereilta otetut vaikutteet tyyliin ja ulkonäköön, muu inspiraatio ja motivaatio sekä samantyylliset kuvat.

Lopuksi nuoret saivat tuoda esille sosiaalisen median positiivisia ja negatiivisia vaikutuksia heihin ylipäänsä. Positiivisia vaikutuksia olivat tieto, oppiminen ja kehittyminen, yhteydenpito ja kaverit, viihde ja harrastukset, vaikeina hetkinä auttaminen, iloisuuden lisääminen, mielipiteiden ja tunteiden rohkeampi esille-tuominen, kiinnostuksen kohteet, inspiraatio ja motivaatio sekä itsetunnon ko-hoaminen. Sosiaalisen median negatiivisia vaikutuksia nuoriin puolestaan olivat ilkeät ihmiset ja vihan tunteet sosiaalisessa mediassa, liika ajan vieminen, paineiden luominen, haitta fyysiselle kunnolle ja unelle, tarve olla aina tavoitetta-vissa ja päivittää sisältöä, minäkuvan vääristäminen, negatiivinen vaikutus sosi-aalisille suhteille sekä liika tiedon määrä.

7 Luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuuden yhteydessä puhutaan yleensä uskottavuudesta ja laadusta, nämä yhdistetään usein myös reliabiliteetin ja validiteetin käsitteisiin. Agarin ym. mukaan tutkimuksen laadukkuudella viitataan siihen, että koko tutkimusprosessi on tehty läpinäkyväksi. Uskottavuudella taas tarkoitetaan tulosten ja löydösten oikeellisuutta. Agar ym. toteavat, että laadullisen tutkimuksen kentällä kvalitatiivisen tutkimuksen laatua ja uskottavuutta on usein kyseenalaistettu, mistä syystä osa tutkijoista on luonut erilaisia näkökulmia laadullisen tutkimuksen luotettavuuden tarkasteluun, kuten esimerkiksi kuvauksen kokonaisuus ja täydellisyys, uskottavuus siltana tutkijan tulkintojen ja todellisuuden välillä sekä todentuntuisuus tiedeyhteisön hyväksymien teorioiden ja tutkijan tutkimustulosten välillä. (Agar, Glaser, Strauss, Hammersley, Hammersley, Kirk, Miller, Miles, Huberman, Seale, Silverman & Silverman, 2011.) Tutkimuksen reliabiliteetilla Hirsjärvi ym. tarkoittavat, että mittaustulos on toistettavissa. Reliabilisuus voidaan saavuttaa esimerkiksi tekemällä kaksi tutkimuskertaa, joista kummallakin saadaan sama tulos tai, jos kaksi eri tutkijaa saavat saman tuloksen. (Hirsjärvi, 2009, s. 231.) Tämän tutkimuksen yhteydessä en pidä mittaustuloksen toistettavuutta ja sitä kautta reliabiliteetin hakemista tärkeänä, koska kyseessä on laadullinen tutkimus, jonka ei ole tarkoituksena toimia yleistyksenä vaan kuvailuna tähän tutkimukseen osallistuneiden nuorten käsityksistä ja kokemuksista.

Validiteetilla eli tutkimuksen pätevyydellä tarkoitetaan, että tutkimuksessa mitataan sitä, mitä on tarkoitus mitata. Kyselylomaketutkimuksessa validiteettiin vaikuttaa esimerkiksi se, ovatko vastaajat ymmärtäneet kysymykset samalla tavalla, kuin tutkija on ne tarkoittanut. (Hirsjärvi, 2009, s. 231–232.) Pysin kiinnittämään tutkimuksessani erityisesti huomiota validiteettiin rakentaessani verkkokyselylomaketta. Tätä prosessia ja aineistonkeruumenetelmän luotettavuutta tarkastelenkin lähemmin seuraavassa luvussa ”Aineistonkeruumenetelmän luotettavuus”.

7.1 Aineistonkeruumenetelmän luotettavuus

Aineistonkeruumenetelmänä minulla oli verkkokyselylomake. Vallin mukaan kyselylomaketutkimuksissa on erittäin tärkeää, että kysymysten tekeminen ja muotoilu tapahtuu huolellisesti. Vastaajien on ymmärrettävä kysymykset samalla tavalla, kuin tutkija on ne tarkoittanut tai muuten tulokset saattavat vääristyä. Kysymysten sanamuotojen täytyy olla tarkkoja ja yksiselitteisiä. Ne eivät myöskään saa olla epämääräisiä tai johdattelevia. (Valli, 2010, s. 103–104.) Varmistuakseni siitä, että tutkimukseen osallistujat ymmärsivät verkkokyselylomakkeen kysymykset siten, kuin olin ne tarkoittanut, esitetasin kyselylomakkeen kahden kertaan. Esitestauksilla pyrin lisäksi kartoittamaan kyselyyn vastaamiseen menevää aikaa, jotta se ei olisi liian pitkä ja siten vaikuttaisi vastausten laatuun tai tiputtaisi vastaajia pois. Valli toteaaakin, että kyselylomakkeen ollessa liian pitkä, tutkimuksen luotettavuus voi kärsiä, koska viimeisiin kysymyksiin ei enää jakseta vastata niin perusteellisesti. Lisäksi liian pitkältä vaikuttava lomake saattaa karsia vastaajia jo ennen koko kyselyyn tutustumista. (Valli, 2010, s. 105–106.)

Ensimmäisellä testikerralla kyselyyn vastasi seitsemän henkilöä, minkä jälkeen tein vastausten perusteella tarvittavat muutokset ja testasin kyselyn uudestaan kahdella henkilöllä. Mielestäni kyselyn testaaminen oli todella tärkeä vaihe, koska ensimmäisen testikerran jälkeen huomasin, että joukossa oli pari kysymystä, jotka osa vastaajista oli ymmärtänyt eri lailla, kuin muut, jolloin kaikissa vastauksissa ei vastattu siihen, mitä oli tarkoitus tutkia. Testikyselyistä oli myös se hyöty, että kysymyksiä tuli mietittyä todella tarkkaan ja muokattua useampaan kertaan niin, etteivät ne olleet liian vaikeaselkoisia, pitkiä tai haastavia.

7.2 Vastausten luotettavuuden arviointi

Tutkimukseen osallistuminen oli vapaaehtoista eikä houkuttimena ollut palkkiota tutkimukseen osallistumisesta. Tästä syystä uskon, että tutkimukseeni osallistui pääasiassa nuoria, jotka todella halusivat vastata kyselyyn ja täten sain tarpeeksi laajoja vastauksia avoimiin kysymyksiin. Toisaalta vastaajien valikoituneisuus saattaa olla myös huono puoli luotettavuuden näkökulmasta. Kuten

Miettinen ja Vehkalahti toteavat, kyselyyn vastaajien valikoituminen esimerkiksi kyselyn mielekkyyden perusteella voi tuoda harhaa tuloksiin. Esimerkiksi henkilö, jota kiinnostaa enemmän yhteiskunnalliset asiat, vastaa todennäköisemmin kyselyyn koskien yhteiskunnan hyvinvointia, kuin henkilö, jota kiinnostaa tekniikka ja autot. (Miettinen & Vehkalahti, 2013, s. 84–104.)

Uskon että tutkimukseni luotettavuutta paransi se, että verkkokysely tapahtui nimettömänä eikä siihen tarvinnut pyytää erillistä huoltajan lupaa. Tällöin vastaajat pystyivät kertomaan rehellisesti asioita tiedostaessaan sen, ettei vastauksia pystyittäisi liittämään heidän henkilöllisyyteensä. Kuten Räsänen ja Sarpilaakin toteavat, mitä kauempana tutkimuksen toteuttaja on tutkittavasta aineistonkeruutilanteesta, sitä rehellisemmin ja avoimemmin myös arkaluonteisiakin asioita pystytään tuomaan esille (Räsänen & Sarpila, 2013, s. 69).

Luotettavuuden näkökulmasta huono puoli nimettömässä verkkokyselylomakkeessa oli se, etten voinut taata tutkimukseen osallistujien olevan oikeasti niitä henkilöitä, joita tutkimuksessa kertoivat olevansa. Toisaalta pyrin parantamaan tätä asiaa ja vaikuttamaan siihen kahdella tavalla: ensinnäkin tutkimuksessa ei ollut houkuttimena palkkiota ja toiseksi jaoin kyselyäni sellaisten tahojen kautta, joiden uskoin tavoittavan luotettavasti nuoria sosiaalisen median käyttäjiä. Leviotin kyselylomaketta muun muassa tutkimuksen ikäryhmiin kuuluvien tuttujeni kautta sosiaalisessa mediassa, nuorten suosimilla asiallisilla keskustelupalstoilla, sosiaalista mediaa käsittelevissä suljetuissa Facebook-ryhmissä, sekä eri paikkakuntien ja opettajien Facebook-ryhmissä siten, että pyysin aikuisia kertomaan kyselystä esimerkiksi sopivan ikäisille lapsilleen tai muille kohderyhmään sopiville tutuille.

Edellisten lisäksi pyrin lisäämään tutkimuksen luotettavuutta sillä, että karsin kahden vastaajan vastaukset tutkimuksen ulkopuolelle, koska toinen niistä oli vastattu selkeästi huumorilla ja toinen vastauslomakkeista oli jätetty todella tyhjäksi, jolloin vastauksista ei olisi ollut hyötyä tutkimuksen kannalta.

7.3 Tutkimuksen eettisyys

Alun perin tarkoitukseni oli tutkia 13–15-vuotiaita nuoria, mutta vaihdoin tutkittavien ikäryhmän lopulta 15–17-vuotiaiksi sekä tutkimuseettisistä että vastaus-ten laajuuteen liittyvistä syistä. Ensinnäkin koin, että 15–17-vuotiailta nuorilta saisi avoimiin kysymyksiin pidempiä vastauksia perusteluineen, kuin tätä nuoremmlta. Tutkimuseettisistä syistä tähän ikäryhmään päädyin sen jälkeen, kun olin kysynyt neuvoa tiedekuntamme tutkimuseettisten asioiden yhteyshenkilöltä. Minulle selvisi, että 15-vuotias on tutkimuseettisesti ”täysi-ikäinen” eli voi vastata verkkokyselyyn ilman huoltajan lupaa. Alle 15-vuotias olisi tarvinnut huoltajan luvan ja silloin vastuu luvan hankkimisesta olisi ollut tutkijalla eli minulla, eikä suostumusta olisi voinut pyytää esimerkiksi siten, että nuori olisi rastinut kyselylomakkeessa kohdan ”Minulla on huoltajan lupa osallistua tähän tutkimukseen”, koska tällöin luvan pyytäminen olisi ollut nuoren eikä tutkijan vastuulla.

Tutkimuseettinen neuvottelukunta on antanut ohjeet käyttäytymistieteellisen tutkimuksen eettisille periaatteille. Tutkittavalle tulee olla selvää, että tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta, 2009, s. 4.) Tutkimuksen vapaaehtoisuudesta kerroin kyselylomakkeeni johdanto-tekstissä. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan mukaan tutkittaville on myös kerrottava, kuinka kauan tutkimukseen osallistuminen kestää, mikä on sen aihe ja mitä tutkimukseen osallistuminen käytännössä tarkoittaa (Tutkimuseettinen neuvottelukunta, 2009, s. 5–6). Myös kaikki tämä informaatio sisältyi kyselylomakkeeni johdantoon. Lisäksi selvensin nuorille, että tutkimukseen osallistutaan nimettömänä, eikä vastauksia voida yhdistää tiettyyn henkilöön. Eettisestä pohdinnastani kertoo myös se, että kyselyni kysymykset eivät olleet mielestäni eettisesti arveluttavia tai aiheiltaan raskaita. Joskin Tutkimuseettinen neuvottelukunta huomauttaa, että tutkittavat säätelevät ensisijaisesti itse tutkimuksen aiheiden arkaluonteisuuden sekä määrittelevät rajat yksityisyydelle. Kun tutkittavat ovat saaneet ennakkoon tietoon tutkimuksen aiheen ja toteutustavan, he tekevät tietoisin valinnan ja antavat suostumuksensa osallistumalla tutkimukseen. Kyselylomakkeeseen vastatessa tutkittavat voivat itse päättää olla vas-

taamatta, jos he kokevat jonkin kysymyksen haitalliseksi ja vahingoittavaksi. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta, 2009, s. 7.)

7.4 Tutkimuksen läpinäkyvyys

Yksi keskeisimmistä asioista, jolla pyrin parantamaan tutkimukseni luotettavuutta, oli tutkimuksen tekeminen läpinäkyväksi eli se, että pyrin avaamaan mahdollisimman paljon eri tutkimusvaiheitani. Hirsjärven ym. mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan parantaa selostamalla tarkasti tutkimuksen toteuttamisen vaiheet. Esimerkiksi laadullisen aineiston analysoinnin yhteydessä tehtyjen luokittelujen lähtökohdat ja perusteet tulisi kertoa lukijalle mahdollisimman perusteellisesti. (Hirsjärvi ym., 2009, s. 232.) Pyrinkin avaamaan mahdollisimman tarkasti aineiston analyysiani antamalla useita esimerkkejä jokaisesta sisällönanalyysin vaiheesta. Hirsjärvi ym. jatkavat, että tutkimuksen luotettavuutta parantaa myös se, että tutkimustulosten esittelyyn laitetaan esimerkiksi suoria haastatteluotteita tai muita alkuperäisiä dokumentteja, koska tällöin lukija näkee mihin tutkija perustaa päätelmänsä (Hirsjärvi ym., 2009, s. 232–233). Tutkimuksestani löytyy myös suoria lainauksia tutkittavien antamista vastauksista, millä pyrin lisäämään tutkimukseni luotettavuutta.

8 Pohdintaa

Tutkimuksessani selvisi, että enemmistö tutkimukseen osallistuneista 15–17-vuotiaista nuorista käytti sosiaalista mediaa päivittäin 3–4 tuntia tai sen yli. Nuorten sosiaalisten median käyttötapoja olivat viihde ja ajan kuluttaminen, oppiminen ja tiedonhankinta, yhteydenpito ja keskustelu, uutiset ja ajankohtaiset asiat, toisten elämän seuraaminen, oman elämän jakaminen ja sisällön julkaiseminen, kiinnostuksen kohteiden ylläpito sekä inspiraation etsiminen. Tutkimustuloksista pystyttiin päättämään myös, että sosiaalisella medially oli vaikutuksia nuorten kokemuksiin itsestä eri tavoin. Nuoret olivat esimerkiksi kokeneet siellä kiusaamista. Lisäksi sosiaalisessa mediassa ulkonäölle annettu merkitys ja sieltä saatu ulkonäköä koskeva palaute vaikutti nuorten fyysiseen minäkuvaan. Positiivista oli, että osa nuorista koki sosiaalisessa mediassa ulkonäköä koskevan positiivisen palautteen kohottaneen heidän itsetuntoaan. Nuoret olivat myös löytäneet sieltä uusia kavereita sekä sosiaalisen median koettiin syventävän jo olemassa olleita ystävyysuhteita. Etenkin sosiaalisen median ulkopuolisessa maailmassa ujut nuoret kokivat, että sosiaalisessa mediassa he pystyivät tuomaan rohkeammin esille itseään, omia tunteitaan ja mielipiteitään.

Se että nuoret viettävät keskimäärin vähintään 3–4 tuntia päivässä sosiaalisessa mediassa, ja että sillä on vaikutuksia nuorten kokemuksiin itsestä, herättää jatkokysymyksen siitä, millä tavoin sosiaalista mediaa käsitellään vai käsitelläänkö koulussa ja kotona nuorten kanssa. Sosiaalisessa mediassa tarvittavat tiedot ja taidot kuuluvat kuitenkin Peruskoulun opetussuunnitelman perusteisiin 2014. Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa laaja-alaiseen osaamiseen vuosiluokilla 7–9 kuuluvat muun muassa itsestä huolehtiminen ja arjen taidot, monilukutaito sekä tieto- ja viestintäteknologinen osaaminen (POPS, 2014, s. 283–284). Näissä osioissa todetaan, että ”eri oppiaineiden opetuksessa ja muussa koulutyössä oppilaat oppivat ymmärtämään teknologian kehitystä, monimuotoisuutta ja merkitystä omassa elämässä, kouluyhteisössä ja yhteiskunnassa” (POPS, 2014, s. 283–284). Lisäksi ”oppilaiden kanssa pohditaan teknologiaan liittyviä eettisiä kysymyksiä ja tulevaisuuden mahdollisuuksia” sekä ”medialukutaitoa syvennetään osallistumalla ja työskentelemällä eri medioiden parissa” (POPS, 2014, s. 283–284). POPS:ssa lukee myös, että ”oppilaita kan-

nustetaan ilmaisemaan näkemyksiään monipuolisten viestinnän ja vaikuttamisen keinojen avulla”, ”oppilaita ohjataan turvalliseen ja eettisesti kestäväan tiet- ja viestintäteknologian käyttöön” sekä ”opetuksessa käytetään yhteisöllisiä palveluita ja koetaan yhteistyön ja vuorovaikutuksen merkitys oppimiselle, tutkivalle työskentelylle ja uuden luomiselle” (POPS, 2014, s. 283–284). Mediakasvatus, teknologia ja vuorovaikutus korostuvat siis Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteissa 2014 (POPS, 2014). Some ja nuoret 2016 -tutkimuksen nuorista 71 % oli sitä mieltä, että sosiaalisen median käyttöä tulisi opettaa kotona tai koulussa. Nuoret toivoivat, että heille opetettaisiin internetissä vallitsevia käytöstapoja, sosiaalisen median palveluiden toimintaperiaatteita, internetin vaaroja, millaisia asioita itsestä ja muista sosiaalisessa mediassa kannattaa jakaa sekä miten sosiaalisen median palveluita käytetään tehokkaasti. Lisäksi Some ja nuoret 2016 -tutkimukseen vastanneet toivoivat kaikkien nuorten ymmärtävän sen, että internetiin jaetut materiaalit pysyvät siellä ikuisesti. (ebrand Suomi Oy & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut, 2016.) Sekä tutkimuksen että Some ja nuoret 2016 -tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että tarve sosiaalisen median käsittelemiselle kodin lisäksi koulussa, esimerkiksi osana mediakasvatusta, on olemassa.

Snapchatin, Instagramin ja WhatsAppin suosio nuorten keskuudessa kertoo mielestäni selvästi siitä, että nykynuoret ovat kasvaneet maailmassa, jossa suuri osa päivittäisestä kommunikaatiosta tapahtuu sosiaalisen median kautta. Nuorten itsensä mielestä sosiaalinen media toi pääasiassa lisäarvoa ja positiivisia mahdollisuuksia sosiaalisille suhteille ja vuorovaikutukselle. Toisaalta olen usein törmännyt aikuisten keskuudessa hieman huolestuneeseenkin ajatukseen siitä, että nykyajan lapset ja nuoret viettävät liian paljon aikaa sosiaalisessa mediassa, eikä enää mennä esimerkiksi suoraan ystävien kotiovelle kysymään ”Voitko tulla ulos?”, vaan sosiaalisten suhteiden ylläpito tapahtuu internetin välityksellä. Suhtautumisemme sosiaaliseen mediaan on selvästi yhteydessä siihen, millaisessa kulttuurissa olemme kasvaneet ja minä ajankohtana. Tästä syystä pidinkin tärkeänä, että tutkin juuri nuorten omia näkemyksiä ja kokemuksia sosiaalisesta mediasta, enkä esimerkiksi heidän vanhempiansa näkökulmaa asiasta, koska tutkimustulokset olisivat todennäköisesti eronneet huomattavasti.

Tutkimuksessani keskityttiin tarkastelemaan nuoria, jotka ovat sosiaalisessa mediassa sekä sosiaalisen median vaikutuksia heihin. Kiinnostava jatkotutkimusaihe voisi olla myös ne nuoret, jotka eivät ole sosiaalisessa mediassa. Miksi he eivät ole sosiaalisessa mediassa, ovatko he mahdollisesti syrjäytyneitä ja millä tavoin näihin nuoriin vaikuttaa se, että he ovat sosiaalisen median ulkopuolella.

Mietin nykyään aika usein, että mitä mä saan siitä, että käytän somea ja katon niitä täydellisten ihmisten kuvia esim. igst. Siksi oonki vähentäny somen käyttöä ja yritän seurata vaan niitä joilta saan inspiraatiota ja voimaa olla just sellanen ku oon. Se on oikeestaan aika surullista että nykynuoriso joutuu elämään kovien ulkonäköpaineiden keskellä koska some. Ja sit se että nuoremmat somen käyttäjät ei tajuu että sinne nettiin jää kaikki. Välillä lukee ihan älyttömii juttui vaikkapa ign kommentteissa. Siellä todella nuoret haukkuu toisiaan. Ja yks juttu kans eli herukuvat nuorien tahoilta siis oikeesti lapset siin 5–7lk postaa jtn herukuvii niin on aika outoo. (Tyttö, 16 v.)

Tämä 16-vuotiaan nuoren kirjoittama kommentti verkkokyselyni viimeiseen kohtaan, jossa sai kertoa, mikäli heräsi vielä jotain muita ajatuksia koskien kyselyä, jäi erityisesti mieleeni. Se tiivistää mielestäni hyvin sen, miksi tutkimukselleni oli erityinen tarve ja minkä takia sosiaalisen median vaikutuksia etenkin lapsiin ja nuoriin tulisi tutkia vielä enemmän.

Lähteet

- Aarnio, A., & Multisilta, J. (2011). *Facebook ja Youtube – ne on meidän juttu! Kansallinen tutkimus lasten ja nuorten sosiaalisen median ja verkkopalveluiden käytöstä 2011*. Helsingin yliopisto, Cicero Learning. Luettu 14.10.2017.
<http://www.cicero.fi/files/Cicero/LastenjanuortensomeCICERO2012.pdf>
- Agar, M. H., Glaser, B. G., Strauss, A. L., Hammersley M., Hammersley, M., Kirk, J., Miller, M., Miles, M. B., Huberman, M., Seale, C., Silverman, D., & Silverman, D. (2011). *Quality and Credibility. Teoksessa C. Seale, G. Gobo, J. F. Gubrium & D. Silverman (toim.), Qualitative Research Practice* (s. 378). London: SAGE Publications.
- Aho, S. (1996). *Lapsen minäkäsitys ja itsetunto*. Helsinki: Edita.
- Aho, S., & Laine, K. (1997). *Minä ja muut. Kasvaminen sosiaaliseen vuorovaikutukseen*. Helsinki: Otava.
- Alasuutari, P. (1995). *Laadullinen tutkimus*. (3. uudistettu painos.) Tampere: Vastapaino.
- Burns, R. B. (1979). *The self concept. Theory, measurement and behaviour*. London: Longman.
- Burns, R. B. (1982). *Self-concept. Development and Education*. London: Holt, Rinehart and Winston.
- Byman, R., Korhonen, T., Sintonen, S., Vesterinen, O., & Kynäslahti, H. (2017). Nuorten käsitykset digitalisaation tärkeydestä. Teoksessa E. Pekkarinen & S. Myllyniemi (toim.), *Opin polut ja pientareet, Nuorisobarometri 2017* (s. 149–159). Helsinki: Valtion nuorisoneuvosto, Nuorisotutkimusseura, Nuorisotutkimusverkosto, Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- ebrand Suomi Oy, & Oulun kaupungin sivistys- ja kulttuuripalvelut. (2016). *Suomessa asuvien 13–29-vuotiaiden nuorten sosiaalisen median palveluiden käyttäminen ja läsnäolo*. Luettu 9.10.2017.
<http://www.ebrand.fi/somejanuoret2016/>
- Eskola, J., & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.
- Facebook, Inc. (2018). *Facebook*.
<https://itunes.apple.com/us/app/facebook/id284882215?mt=8>
- Google, Inc. (2018). *YouTube: Watch, Listen and Stream*.
<https://itunes.apple.com/us/app/youtube-watch-listen-stream/id544007664?mt=8>


- Heinonen, S. (2009). Sosiaalinen media. Avauksia nettiyhteisöjen maailmaan ja vuorovaikutuksen uusiin muotoihin. *Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen ja Turun kauppakorkeakoulun e-julkaisuja*, 2009(1). Luettu: 8.10.2017. https://www.utu.fi/fi/yksikot/ffrc/julkaisut/e-tutu/Documents/eTutu_2009-1.pdf
- Hirsjärvi, S., Remes, P., & Sajavaara, P. (2009). *Tutki ja kirjoita*. (15. uudistettu painos.) Helsinki: Tammi.
- IAB Finland verkkomainonnan kattojärjestö. (6.5.2013). *Hyödyllinen sosiaalisen median sanasto*. Luettu 24.10.2017. http://www.iab.fi/media/pdf-tiedostot/standardit-ja-oppaat/130506_iab_somesanasto.pdf
- Instagram Inc. (2018). *Instagram-sovelluksen kuvaus*. App Store. <https://itunes.apple.com/fi/app/instagram/id389801252?l=fi&mt=8>
- Kalliopuska, M. (1984). *Itsetunto*. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Keltikangas-Järvinen, L. (1994). *Hyvä itsetunto*. Helsinki: WSOY.
- Laaksonen, S-M., Matikainen, J., & Tikka, M. (2013). Tutkimusotteita verkosta. Teoksessa S-M. Laaksonen, J. Matikainen & M. Tikka (toim.), *Otteita verkosta, Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät* (s. 9–33). Tampere: Vastapaino.
- Lietsala, K., & Sirkkunen, E. (2008). *Social media. Introduction to the tools and processes of participatory economy*. Tampere: Tampereen yliopisto. Luettu 24.10.2017. <http://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/65560/978-951-44-7320-3.pdf?sequence=1>
- Merikivi, J., Myllyniemi, S., & Salasuo, M. (2016). Media-aktiivisuus. Teoksessa J. Merikivi, S. Myllyniemi & M. Salasuo (toim.), *Media hanskassa, Lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimus 2016 mediasta ja liikunnasta* (s. 17–50). Helsinki: Opetus ja kulttuuriministeriö, Valtion liikuntaneuvosto, Nuorisoiain neuvottelukunta, Nuorisotutkimusverkosto.
- Merikivi, J., Myllyniemi, S., & Salasuo, M. (2016). Vapaa-aika ja harrastukset. Teoksessa J. Merikivi, S. Myllyniemi & M. Salasuo (toim.), *Media hanskassa, Lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimus 2016 mediasta ja liikunnasta* (s. 51–68). Helsinki: Opetus ja kulttuuriministeriö, Valtion liikuntaneuvosto, Nuorisoiain neuvottelukunta, Nuorisotutkimusverkosto.
- Merikivi, J., Myllyniemi, S., & Salasuo, M. (2016). Sosiaalinen elämä. Teoksessa J. Merikivi, S. Myllyniemi & M. Salasuo (toim.), *Media hanskassa, Lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimus 2016 mediasta ja liikunnasta* (s. 69–74). Helsinki: Opetus ja kulttuuriministeriö, Valtion liikuntaneuvosto, Nuorisoiain neuvottelukunta, Nuorisotutkimusverkosto.
- Metsämuuronen, J. (2008). *Laadullisen tutkimuksen perusteet*. (3. uudistettu painos.) Helsinki: Methelp.

- Miettinen, J. & Vehkalahti, K. (2013). Verkkokyselytutkimuksen otoksen valinta. Teoksessa S-M. Laaksonen, J. Matikainen & M. Tikka (toim.), *Otteita verkosta, Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät* (s. 84–104). Tampere: Vastapaino.
- Miles, M. B. & Huberman A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. (2. ed.) California: Sage.
- Noppari, E. (2014). Mobiilimuksut. Lasten ja nuorten mediaympäristön muutos, osa 3. *Journalismin, viestinnän ja median tutkimuskeskus COMET, Tampereen yliopisto*. Luettu: 9.10.2017. <http://www.uta.fi/cmt/index/mobiilimuksut.pdf>
- Pinterest. (2018). *Pinterest*. <https://fi.pinterest.com>
- POPS. (2014). *Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet 2014*. Helsinki: Opetushallitus.
- Pölkki, M., & Vähäsarja, I. (2013, syyskuun 29.). Sosiaalinen media voi vahvistaa nuorten minäkuvaa. *Helsingin Sanomat*. Luettu 19.3.2018. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002675741.html>
- Ridell, S. (2011). *Elämää Facebookin ihmemaassa. Sosiaalinen verkkosivusto käyttäjiensä kokemana*. Tampereen yliopisto, CMT. Luettu 14.10.2017. https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/68063/elamaa_facebookin_ihmemaassa_2011.pdf?sequence=1
- Rosenberg, M. (1985). Self-Concept and Psychological Well-Being in Adolescence. Teoksessa R. L. Leahy (toim.), *The Development of the Self* (s. 205–246). Orlando: Academic Press.
- Räsänen, P., & Sarpila, O. (2013). Internet-lomake vai ei? Verkkokyselylomake posti-kyselyitä täydentävänä tiedonkeruun menetelmänä. Teoksessa S-M. Laaksonen, J. Matikainen & M. Tikka (toim.), *Otteita verkosta, Verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät* (s. 68–83). Tampere: Vastapaino.
- Salokoski, T., & Mustonen, A. (2007). *Median vaikutukset lapsiin ja nuoriin – katsaus tutkimuksiin sekä kansainvälisiin mediakasvatuksen ja -säätelyn käytäntöihin*. Helsinki: Mediakasvatusseura.
- Snap Inc. (2018). *Snapchat*. <https://forbusiness.snapchat.com>
- Sourander, A., Brunstein Klomek, A., Ikonen, M., Lindroos, J., Luntamo, T., Koskelainen, M., Ristkari, T., & Helenius H. (2010). Psychosocial Risk Factors Associated With Cyberbullying Among Adolescents. *Arch Gen Psychiatry*, 67(7), 720–728.
- Spotify. (2018). *Spotify*. <https://www.spotify.com/fi/>
- Steam. (2018). *Tervetuloa Steamiin*. <http://store.steampowered.com/about/>

- Suominen, J. (2013). Johdanto – Sosiaalisen median aika. Teoksessa J. Suominen, S. Östman, P. Saarikoski & R. Turtiainen, *Sosiaalisen median lyhyt historia* (s. 9–27). Helsinki: Gaudeamus.
- Takizawa, R., Maughan, B., & Arseneault, L. (2014). Adult Health Outcomes of Childhood Bullying Victimization: Evidence From a Five-Decade Longitudinal British Birth Cohort. *Am J Psychiatry*, 171(7), 777–784.
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos*. Helsinki: Tammi.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. (2009). *Humanistisen, yhteiskuntatieteellisen ja käyttäytymistieteellisen tutkimuksen eettiset periaatteet ja ehdotus eettisen ennakkoarvioinnin järjestämiseksi*. Luettu 21.3.2018. <http://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/eettisetperiaatteet.pdf>
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Schouten A. P. (2006). Friend Networking Sites and Their Relationship to Adolescents' Well-Being and Social Self-Esteem. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 584–590.
- Valli, R. (2010). Kyselylomaketutkimus. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.), *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle* (s. 103–127). (3. uudistettu painos.) Jyväskylä: PS-kustannus.
- Virtanen, J. (2001). Fenomenologia laadullisen tutkimuksen lähtökohtana. Teoksessa J. Metsämuuronen (toim.), *Laadullisen tutkimuksen käsikirja* (s. 155–218). Helsinki: International Methelp Oy.
- WhatsApp Inc. (2018). *Ominaisuudet*. <https://www.whatsapp.com/features/>

Liitteet

LIITE 1. Verkkokysely



HELSINGIN YLIOPISTO
HELSINGFORS UNIVERSITET
UNIVERSITY OF HELSINKI

Tutkimuskysely nuorten sosiaalisen median käytöstä

Tähän tutkimukseen osallistuaksesi sinun tulee olla 15–17-vuotias.
Kyselyyn vastaaminen vie noin 15 minuuttia.

Tämä kysely toteutetaan osana Pro Gradu -tutkielmaa Helsingin yliopistolle kasvatustieteen maisteriopintoja varten.

Tutkimuksen aiheena on, millaisia sosiaalisen median käyttäjiä nuoret ovat ja millä tavoin sosiaalinen media vaikuttaa heidän kokemuksiin itsestä. Sosiaalisella medalla eli ”somella” tarkoitetaan internetin kautta toimivia sivustoja, yhteisöjä ja sovelluksia, joissa tapahtuu ihmisten välistä vuorovaikutusta.

Tämä vuorovaikutus voi olla esimerkiksi keskustelua tai sisältöjen, kuten kuvien, videoiden ja tekstien jakamista toisten kanssa. Sosiaalista mediaa käytetään yleensä tietokoneella, puhelimella tai tabletilla.

Tutkimukseen osallistutaan nimettömänä eli antamiasi vastauksia ei pystytä yhdistämään henkilöllisyyteesi missään vaiheessa tutkimusta. Tutkimukseen osallistuminen on vapaaehtoista.

Tähdellä merkityt kysymykset ovat pakollisia, mutta toivon että vastaisit mahdollisimman moneen kysymykseen.

Mikäli sinulle herää kysymyksiä liittyen tutkimukseen, tavoitat minut sähköpostitse jade.saarinen@helsinki.fi.

Helsingissä 30.1.2018,
Jade Saarinen
kasvatustieteen opiskelija, Helsingin yliopisto

PERUSTIEDOT

* Ikä

--Valitse tästä--

* Sukupuoli

--Valitse tästä--

* Asuinpaikka

--Valitse tästä--

Seuraava >>

Sivu 1 / 7

© Eduix Oy

1. Mitä sosiaalisen median sivustoja ja sovelluksia käytät? Valitse ne joita käytät.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> Twitch |
| <input type="checkbox"/> YouTube | <input type="checkbox"/> Kirjoitan omaa blogia |
| <input type="checkbox"/> Twitter | <input type="checkbox"/> Luen blogeja |
| <input type="checkbox"/> Pinterest | <input type="checkbox"/> Wikipedia |
| <input type="checkbox"/> Steam | <input type="checkbox"/> Katson vlogia |
| <input type="checkbox"/> Spotify | <input type="checkbox"/> Pidän omaa vlogia |
| <input type="checkbox"/> Facebook Messenger | <input type="checkbox"/> Tumblr |
| <input type="checkbox"/> Skype | <input type="checkbox"/> Feissarimokat |
| <input type="checkbox"/> WhatsApp | <input type="checkbox"/> 9GAG |
| <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> Musical.ly |
| <input type="checkbox"/> Ask.fm | <input type="checkbox"/> Periscope |
| <input type="checkbox"/> Jodel | <input type="checkbox"/> Tinder |
| <input type="checkbox"/> Google+ | <input type="checkbox"/> Demi |
| <input type="checkbox"/> Snapchat | <input type="checkbox"/> Ylilauta |
| <input type="checkbox"/> We Heart It | <input type="checkbox"/> Muu(t) keskustelufoorumi(t) |
| <input type="checkbox"/> Reddit | |

Jos listasta puuttui jokin käyttämäsi sosiaalisen median sivusto tai sovellus, lisää se tähän:

2. Kuinka monta tuntia päivässä käytät keskimäärin sosiaalista mediaa? Valitse sopivin vaihtoehto.

- ☐ Alle 1 h
☐ 1–2 h
☐ 3–4 h
☐ 5 h tai yli

* 3. Mainitse kaksi suosikkisivustoa tai -sovellustasi sosiaalisessa mediassa. Miksi juuri nämä ovat suosikkisi?

* 4. Mihin tarkoitukseen käytät sosiaalista mediaa eli mitä teet sosiaalisessa mediassa?

* 5. Minkälaisista aiheista julkaiset päivityksiä, kuvia ja muuta sisältöä sosiaalisessa mediassa?

KYSYMYKSET, SIVU 2/5

*** 6. Onko ulkonäköäsi kommentoitu sosiaalisessa mediassa ja miten se on vaikuttanut sinuun?**

(Oletko esim. saanut ulkonäköäsi koskevia kommentteja valokuviisi, ovatko ne olleet positiivisia vai negatiivisia ja miltä ne ovat tuntuneet?)

7. Luoko sosiaalinen media mielestäsi ulkonäköpaineita ihmisille? Perustele vastauksesi.

[<< Edellinen](#)[Seuraava >>](#)

Sivu 3 / 7

KYSYMYKSET, SIVU 3/5

Seuraavat kolme kysymystä käsittelevät kiusaamista sosiaalisessa mediassa.

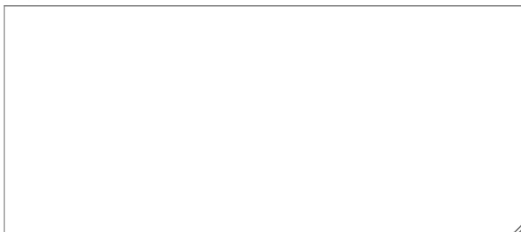
Kiusaamisella sosiaalisessa mediassa tarkoitetaan esimerkiksi ilkeitä kommentteja, ryhmästä ulkopuolelle sulkemista, kuvien levittämistä kiusaamistarkoituksessa, jne.

*** 8. Onko sinua kiusattu joskus sosiaalisessa mediassa? Onko kiusaaminen ollut kertaluontoista vai toistuvaa? Minkä tyyppistä kiusaaminen on ollut?**

9. Onko tuttuasi kiusattu joskus sosiaalisessa mediassa? Onko kiusaaminen ollut kertaluontoista vai toistuvaa? Minkä tyyppistä kiusaaminen on ollut?

10. Oletko itse kiusannut jotakuta sosiaalisessa mediassa? Onko kiusaaminen ollut kertaluontoista vai toistuvaa? Minkä

tyyppistä kiusaaminen on ollut?



<< Edellinen

Seuraava >>

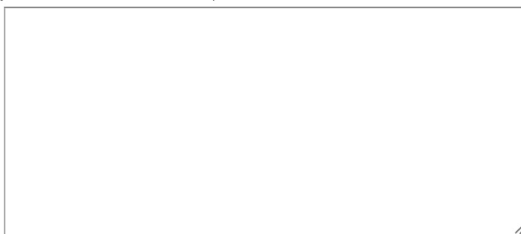
Sivu 4 / 7

© Eduix Oy

KYSYMYKSET, SIVU 4/5

11. Millainen merkitys sosiaalisella medially on kaverisuhteidesi ja kiinnostuksen kohteidesi ylläpitoon?

(Voit miettiä esimerkiksi olisiko kaverisuhteesi tai harrastuksesi erilaisia, jos sosiaalista mediaa ei olisi.)



*** 12. Eroaako käytöksesi ja olemuksesi sosiaalisessa mediassa siitä, millainen olet muussa arkielämässä?**

Millä tavoin?

(Eli käyttäydytkö sosiaalisessa mediassa erilailla tai näytätkö siellä erilaiselta, kuin muussa elämässäsi?)




13. Koetko että voit olla vapaasti oma itsesi sosiaalisessa mediassa? Miksi voit? / Miksi et voi?

(Jos joudut muuttamaan itseäsi tai käyttäytymistäsi sosiaalista mediaa varten, niin mistä tämä johtuu?)





14. Ihailenko joitain henkilöitä sosiaalisessa mediassa?
Mitä nämä henkilöt tekevät ja millaisista asioista he julkaisevat sisältöä?
Oletko ottanut heiltä itseesi vaikutteita, millaisia?

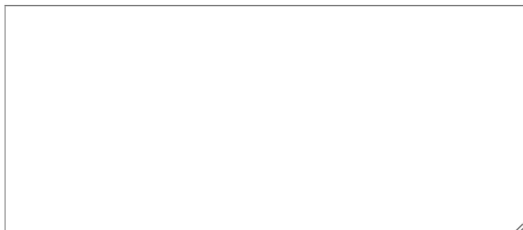


15. Vaikuttavatko sosiaalisessa mediassa saamasi tykkäykset ja kommentit sinuun ja millä tavoin?
Onko tykkäysten ja kommenttien määrällä väliä?

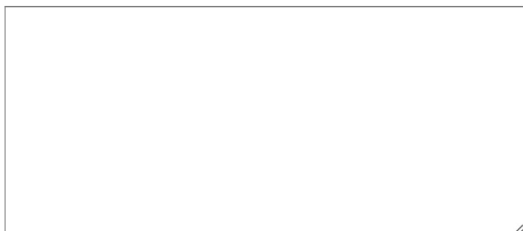
[<< Edellinen](#)[Seuraava >>](#)

KYSYMYKSET 5/5

* 16. Millaisia positiivisia eli hyviä vaikutuksia sosiaalisella medially on sinuun ja elämäsi?



* 17. Millaisia negatiivisia eli huonoja vaikutuksia sosiaalisella medially on sinuun ja elämäsi?



Lopuksi: Tähän voit kommentoida, jos sinulle heräsi muita ajatuksia koskien tätä kyselyä tai haluat antaa palautetta kyselystä.

